

The Transformation 20

“นวัตกรรม”

กับอีกหนึ่งทศวรรษที่กำลังจะผ่านไป

บล็อกเชน

สำหรับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

ปลูกไฟ

ในการทำงานให้ลูกโซน

บริการแท็กซี่

ทางอากาศ

มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก ซีอีโอและผู้ร่วมก่อตั้ง Facebook กล่าวต่อหน้าคณะกรรมการด้านการเงินของรัฐบาลสหรัฐฯ โดยได้ปกป้องการริเริ่มสกุลเงินดิจิทัล Libra ท่ามกลางความกังวลต่อการกำกับควบคุมดูแล

เขาได้สนับสนุนการใช้ Libra เพื่อลดต้นทุนทางการเงิน ซึ่งสกุลเงินดิจิทัลนี้จะได้รับการจัดการผ่านสมาร์ตโฟนและจะถูกเก็บไว้ในกระเป๋าเงินดิจิทัลที่ชื่อ Calibra ทั้งนี้ **Libra อาจกลายเป็นผู้เปลี่ยนเกมสำหรับโลกที่กำลังพัฒนา** โดย McKinsey Global Institute กล่าวในปี 2016 ว่าการใช้การเงินดิจิทัลอย่างแพร่หลายสามารถเพิ่ม GDP ให้กับประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ทั้งหมดได้กว่า 3.7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2025

สกุลเงินดิจิทัล Libra นั้นเป็นการบริหารโดย Libra Association ที่ประกอบด้วย 21 องค์กรชั้นนำ ซึ่งจัดประชุมที่เจนีวาเมื่อเดือนตุลาคมที่ผ่านมา โดยก่อนที่จะมีการประชุม สมาชิกสำคัญอย่าง Visa และ PayPal ได้ขอลถอนตัว ท่ามกลางความกังวลที่ว่า Libra จะไม่สามารถผ่านการพิจารณาด้านกฎระเบียบทางการเงินจากทั้งสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปได้

ทั้งนี้ Libra ที่แต่เดิมคาดว่าจะเปิดตัวในช่วงครึ่งแรกของปี 2020 นั้นอาจต้องใช้เวลาที่ยาวนานขึ้น จากกระบวนการพิจารณาเรื่องการกำกับควบคุมดูแลดังกล่าว

Photo: Five things to come out of Zuckerberg's Libra testimony, Facebook chief makes the case to Congress for his digital currency project/The Financial Time

“There are more than a billion people around the world who don't have access to a bank account, but could through mobile phones if the right system existed. This includes 14 million people here in the U.S. Being shut out of the financial system has real consequences for people's lives -- and it's often the most disadvantaged people who pay the highest price.”

— Mark Zuckerberg





TRIS ACADEMY CLUB MAGAZINE #27

ธันวาคม 2562

บรรณาธิการบริหาร	ดร.สุรเดช จงวรรณศิริ
ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร	พลอยณิชา จารุศิริกุล รุ่งโรจน์ สถาปนกุล
ปก/รูปเล่ม/ออกแบบ	ทริปปิลาวัณย์ 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



Change is Coming...

ปี 2019 ที่ผ่านไป **“การเปลี่ยนแปลง”** เป็นคำที่ถูกพูดถึงกันมากที่สุดคำหนึ่งในแวดวงของการบริหารจัดการองค์กร อาจเป็นทั้งคำพูดที่ต้องการให้เกิดความตระหนัก หรือการสร้างกำลังใจต่อการขับเคลื่อนการเติบโตขององค์กรร่วมกันภายใต้สภาพแวดล้อมที่ยากลำบากมากขึ้น

หลายธุรกิจที่เคยมีความมั่นคงสูงในมุมมองของคนทั่วไป สามารถสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนไม่คาดคิดว่าจะต้องกังวลกับสิ่งใด ด้วยความสามารถทางธุรกิจและความเข้มแข็งทางการเงินจากทั้งรายได้ รวมทั้งการเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งในปีที่เราได้เห็นผลการซื้อกิจการของธุรกิจอาหารขนาดใหญ่ ดังเช่น สุกี้เอ็มเคเข้าซื้อกิจการของแหลมเจริญซีฟู้ด เครือข่ายร้านอาหารทะเลชื่อดัง สิงห์ คอร์ปอเรชั่น เข้าลงทุนในซานตาเฟสเด็ก ไมเนอร์อินเตอร์ฯ ลงทุนในแฟรนไชส์ไก่ทอดบอนซอนจากเกาหลี รวมทั้งการใช้เงินมากกว่า 15,000 ล้านบาทของไทยเบฟ ซื้อสิทธิ์บริหารและพัฒนา Starbucks ในประเทศไทย ทั้งหมด เป็นต้น ทั้งหมดคงคาดหวังถึงการสร้างความเติบโตและการกระจายความเสี่ยงให้มากขึ้นเพื่อการอยู่รอดและคงอยู่ของธุรกิจในระยะต่อไป

ขณะที่ธุรกิจธนาคารที่ทุกคนต่างเห็นว่าเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจาก Disruption การลดสาขาให้บริการ และจำนวนพนักงานที่ธนาคารใหญ่บางแห่งมีเป้าหมายลดพนักงานเหลือเพียงครึ่งหนึ่งภายใน 1-2 ปี รวมทั้งการเติบโตของ FinTech ที่จะให้บริการทดแทนธนาคารได้มากขึ้น จนกำลังก้าวเข้ามาสู่หัวใจหลักของธุรกิจธนาคารก็คือ “การกู้ยืม” โดยเฉพาะ Peer2Peer Lending และ Social Banking ที่หลายคนกล่าวว่าสามารถสร้างผลกระทบต่อวงการล้มหายตายจากของธุรกิจธนาคารได้เลยทีเดียว

ถึงตอนนี้ “การไม่เปลี่ยนแปลง” อาจไม่เป็นที่ยอมรับได้ของผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนอีกต่อไป ในเมื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมต่างๆ รุมเร้าเข้ามา “ความกลัว” ก็ไม่ได้เป็นคำตอบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอยากจะได้ยินอีกต่อไป

ผู้บริหารจำเป็นต้องมี “ความกล้า” ที่ไม่ใช่การไม่มีความกลัว แต่ความกล้าคือความมุ่งมั่นที่จะเดินไปข้างหน้า แม้จะเกิดความกลัว หรือจำต้องทนต่อความยากลำบากทุกขยาก็ตาม

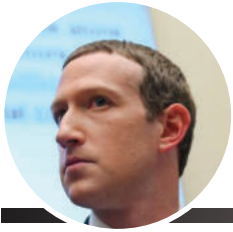
คำสำคัญสำหรับปี 2020 คงหนีไม่พ้น “กล้าเปลี่ยนแปลง”...

ดร.สุรเดช จงวรรณศิริ

บรรณาธิการบริหาร

suradej@tris.co.th

CONTENTS



2 Management Quotes

"There are more than a billion people around the world who don't have access to a bank account, but could through mobile phones if the right system existed. This includes 14 million people here in the U.S. Being shut out of the financial system has real consequences for people's lives -- and it's often the most disadvantaged people who pay the highest price."

.. Mark Zuckerberg



3 Editor's Talk

5 Big Story

The Transformation 20



11 NEWS

ข่าวกิจกรรมทริส

12 PR.

งานสัมมนาทริสคาเดมี่

14 Innovation is the only way to win

"นวัตกรรม"
กับอีกหนึ่งทศวรรษที่กำลังจะผ่านไป

16 Smart Work

ได้เวลาตั้งเป้าหมายกันอีกแล้ว
New Year's Resolutions

18 IT & Digital

บริการแท็กซี่ทางอากาศ



20 Tomorrow World

บล็อกเชน
สำหรับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

23 Leadership Challenges

หลักพุทธธรรม
ในการประกอบธุรกิจ

26 Creative Marketing

Customer Lifetime Value
ลูกค้าซื้อซ้ำมาก ธุรกิจยิ่งเติบโต
(ตอนที่ 1)

28 Work with Joy

ปลูกไฟ
ในการทำงานให้ลูกโซน



30 Good Books

Graduation Edition
วิชาสุดท้ายที่มหาวิทยาลัยไม่ได้สอน



31 Inspiring Movies

The Art of Racing in the Rain
อุ่นใจหัวใจตูบ (2019)

32 Buzzwords

Flexitarian

The Transformation 20

การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่หรือที่เราเรียกกันว่า **Transformation** นั้น กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรที่ต้องการสร้างความมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืนในยุค Disruption ที่เทคโนโลยีต่างๆ มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

Innosight หน่วยงานวิจัยชั้นนำที่ได้เผยแพร่ข้อมูลผลการวิเคราะห์ **The Transformation 20** ที่จัดทำโดยทีมประกอบด้วย Scott D. Anthony, Alasdair Trotter, Rob Bell และ Evan I. Schwartz ซึ่งได้พัฒนารีวิวการประเมินผลถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อระบุแนวทางการดำเนินงานที่ดีที่สุด หรือ Best Practice ในทุกอุตสาหกรรมและบริษัทมหาชน แสดงถึงตัวอย่างของการเป็นองค์กรชั้นนำที่ยอดเยี่ยมในการเปลี่ยนแปลง โดยทีมวิจัยได้คัดเลือกบริษัทที่ทำ Business Transformations จากทั้งในรายชื่อของ S&P 500 และ the Global 2000 จากข้อมูล 3 ประเภท ได้แก่



1. การสร้างความเติบโตในรูปแบบใหม่ (New Growth)

บริษัทประสบความสำเร็จในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ ตลาดใหม่ หรือโมเดลธุรกิจใหม่ โดยตัววัดสำคัญคือสัดส่วนของรายได้นอกเหนือจากรายได้จากธุรกิจเดิมเป็นหลัก ซึ่งสามารถแสดงถึงความสำเร็จของการสร้างสรรค์การเติบโตใหม่

2. การปรับเปลี่ยนตำแหน่งกลยุทธ์ในธุรกิจหลัก (Repositioning the Core)

บริษัทมีการปรับแนวทางการทำธุรกิจแบบดั้งเดิมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและ Disruption ที่เกิดขึ้นในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดผลสัมฤทธิ์เป็นแนวทางการเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

3. การเงิน (Financials)

บริษัทสามารถสร้างผลประโยชน์ทางการเงินและราคาหลักทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงจากภาวะที่มีการขาดทุนหรือเติบโตถดถอย ให้กลับไปที่เติบโตสูงได้อย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลที่พิจารณาจะเป็นทั้งการเติบโตของรายได้และผลตอบแทนในช่วงระยะเวลาที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของแต่ละบริษัท

The Transformation 20

	COMPANY	CEO	NEW GROWTH AREAS (% of total business)	STOCK CAGR (vs. benchmark since base year of transformation)
#1.	Netflix*	Reed Hastings	original content (44%)	59% (vs. 10% for S&P 500 since 2012)
#2.	Adobe*	Shantanu Narayen	"digital experiences" (27%)	26% (vs. 10% for S&P 500 since 2009)
#3.	Amazon*	Jeff Bezos	Amazon Web Services (11%)	39% (vs. 10% for S&P 500 since 2009)
#4.	Tencent	Pony Ma Huateng	fintech, transportation (25%)	32% (vs. 1% for Hang Seng – 2011)
#5.	Microsoft*	Satya Nadella	intelligent cloud (29%)	17% (vs. 9% for S&P 500 since 2010)
#6.	Alibaba	Daniel Zhang	fintech/sports/entertainment (14%)	8% (vs. 1% for NYSE Index since 2013)
#7.	Ørsted	Henrik Poulsen	offshore wind (37%)	30% (vs. 0% for OMX Copenhagen – 2017)
#8.	Intuit	Sasan Goodarzi	"online ecosystem" (14%)	22% (vs. 10% for S&P 500 since 2012)
#9.	Ping An	Ma Mingzhe	fintech and health tech (6%)	17% (vs. 2% for SSE Index since 2012)
#10.	DBS Group	Piyush Gupta	global digital platforms (48%)	12% (vs. -1% for Singapore Xchange – 2013)
#11.	A. O. Smith	Kevin Wheeler	water tech (100%)	25% (vs. 10% for S&P 500 since 2009)
#12.	Neste	Peter Vanacker	renewable fuels (70%)	24% (vs. 7% for OMX Helsinki 25 – 2010)
#13.	Siemens	Joe Kaeser	"digital factory" initiative (26%)	8% (vs. 8% for the DAX Index since 2012)
#14.	Schneider	Jean-Pascal Tricoire	IoT solutions (22%)	8% (vs. 6% for S&P Global 100 since 2012)
#15.	Cisco	Chuck Robbins	subscription applications (43%)	9% (vs. 9% for S&P 500 since 2010)
#16.	Ecolab	Douglas Baker Jr.	water and energy services (44%)	16% (vs. 9% for S&P 500 since 2011)
#17.	Fujifilm	Shigetaka Komori	healthcare/medical imaging (18%)	7% (vs. 6% for Tokyo Exchange – 2010)
#18.	AIA Group	Ng Keng Hooi	wellness & prevention (10%)	15% (vs. 2% for Hong Seng Index – 2013)
#19.	Dell Tech.**	Michael Dell	infrastructure & security (51%)	29% (vs. 11% for S&P 500 since 2013)
#20.	Philips	Frans van Houten	healthcare (65%)	6% (vs. 6% for S&P 500 since 2014)

*previous winners, from the 2017 T10 ranking

**Dell stock includes the periods the stock was public

THEMES หลักของ TRANSFORMATION

การสร้างการเปลี่ยนแปลงในองค์กรขนาดใหญ่ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้นำขององค์กรจะต้องระบุเป้าหมายของโอกาสมากพอที่จะทำให้เห็นถึงนัยของความแตกต่าง เพื่อสร้างแรงบันดาลใจต่อการที่จะลุกขึ้นมาเปลี่ยนแปลง โดยจากข้อมูลที่ศึกษาบริษัทต่างๆ ในการจัดทำรายชื่อ The Transformation 20 นี้ ได้มองเห็นถึงกรอบหรือ Theme หลักที่ผลักดันการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับองค์กรต่างๆ ในลักษณะเดียวกันจำนวน 4 ลักษณะ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) การต่อสู้กับภาวะโลกร้อน (Combating Climate Change) การเปลี่ยนแปลงของระบบสาธารณสุข (Transforming Healthcare) และโมเดลธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงินสนับสนุน (Fintech-Enabled Business Models) โดย

The 4 Major Transformation Themes



Digital Transformation



Combating Climate Change



Transforming Healthcare



Fintech-Enabled Business Models

Digital Transformation พบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของ 20 บริษัทชั้นนำ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากความพยายามในการสร้างประสบการณ์หรือบริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Cloud, Internet of Things, Artificial Intelligence (AI) และเทคโนโลยีอื่นๆ ที่มีความก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว

Combating Climate Change ประเด็นการต่อสู้กับสภาวะของการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลกนั้น นำมาซึ่งโอกาสใหม่ของการเติบโต ด้วยความพยายามขององค์กรต่างๆ ที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องหรือเผชิญกับภาวะเหล่านั้น ตัวอย่าง 4 องค์กรในรายชื่อได้แก่ Ørsted, Ecolab, Neste และ A.O. Smith ซึ่งนำเสนอโมเดลธุรกิจที่ใช้พลังงานหมุนเวียนหรือใช้เทคโนโลยีในการจัดการน้ำ

Transforming Healthcare การเปลี่ยนแปลงระบบการดูแลสุขภาพใน Philips, AIA Group, Fujifilm Holding และ Ping An ที่ได้เปลี่ยนจากรูปแบบธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการดูแลสุขภาพแบบดั้งเดิม มาเป็นการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ซึ่งได้พิสูจน์แล้วว่ามีประสิทธิภาพ

Fintech-Enabled Business Models เทคโนโลยีทางการเงินสนับสนุนโมเดลธุรกิจให้เปลี่ยนแปลงบริการทางการเงินที่ซับซ้อนให้ง่ายขึ้นจาก Disruptive Technology ดังเช่น Alibaba และ Tencent Holdings ที่ทำให้ผู้บริโภคยุคใหม่ไม่ต้องพึ่งพาภาคีของสถาบันการเงินหรือธนาคารอย่างเดิมอีกต่อไป

เมื่อเปรียบเทียบรายชื่อบริษัทใน The Transformation 20 หรือ T20 ในปี 2019 กับรายชื่อบริษัท T10 ในปี 2017 นั้น ทั้ง 4 บริษัทอย่าง Adobe, Amazon, Netflix และ Microsoft ยังคงมีคะแนนอยู่ในอันดับต้นๆ ขณะที่หลายบริษัทมีระดับคะแนนถดถอยลง โดยที่น่าสนใจนั้นคือ Apple ซึ่งเป็นหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในประวัติศาสตร์ธุรกิจในอดีต แต่ปัจจุบันได้มุ่งเน้นไปที่การดำเนินกลยุทธ์ที่มีอยู่ มากกว่าที่จะมองหาและก้าวไปสู่พื้นที่การเติบโตใหม่อย่างจริงจัง

5 พฤติกรรมขององค์กรที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลง

เมื่อวิเคราะห์ลงไปรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ขององค์กรต่างๆ จากจำนวนบริษัทที่ถือว่าประสบความสำเร็จนั้น พบว่าสามารถจำแนกถึงพฤติกรรมร่วมของบริษัทต่างๆ นั้นได้ 5 ประการ ที่จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอื่นในการทำความสำเร็จและสร้างการเปลี่ยนแปลงให้ประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกัน ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การมุ่งมั่นในเป้าหมายอันยิ่งใหญ่

การเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เริ่มขึ้นมักจะต้องพบกับความยากลำบากในการต่อสู้กับแรงต้านทานของกลุ่มพนักงานที่เคยชินกับการทำงานแบบเดิมๆ หรือที่เรียกกันว่าอยู่ใน Comfort Zone โดยผู้นำองค์กรที่จะสร้างความสำเร็จนี้ได้ จำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งของการเปลี่ยนแปลง ด้วยการที่ต้องพยายามให้ความสำคัญกับการบอกเล่าถึงความสำคัญ หรือ “ทำไม” ที่บริษัทจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงนั้น รวมถึงพยายามสร้างความเชื่อมโยงในกิจกรรมของเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นเข้าด้วยกัน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวนี้ จะเป็นการสร้างความมุ่งมั่นในเป้าหมายด้วยวัฒนธรรมความร่วมมือร่วมใจกัน

ตัวอย่างของบริษัทอันดับ 1 อย่าง Netflix ซึ่งในปี 2013 ผู้นำองค์กร ซีอีโอบริษัท Reed Hastings ได้เผยแพร่บันทึกความยาวจำนวน 11 หน้าแก่พนักงานและนักลงทุน อธิบายถึงการกิจในเปลี่ยนแปลงองค์กรจากการทำธุรกิจด้าน Digital Content ไปสู่การเป็นผู้ผลิต Original Content ซึ่งในที่สุดแล้ว Content ของ Netflix ก็สามารถชนะรางวัลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Emmys หรือ Oscars ได้

โดยในบันทึกได้กล่าวว่า “เราจะไม่แข่งขันในแนวกว้างกับ Comcast, Sky, Amazon, Apple, Microsoft, Sony หรือ Google แต่สำหรับเรา การที่จะประสบความสำเร็จมากขึ้นไปนั้น **เราต้องมุ่งมั่นในการเปลี่ยน Passion ให้กลายเป็นคุณค่าแห่งแบรนด์** Starbucks ไม่ใช่ 7-Eleven, Southwest ไม่ใช่ United Airline, HBO ไม่ใช่ Dish” นับตั้งแต่มีการประกาศเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงใหม่นั้นไป รายได้ของ Netflix เพิ่มขึ้นเป็นสามเท่า กำไรเพิ่ม 32 เท่า ราคาหุ้นเพิ่มขึ้น 25% ต่อปีเทียบกับ S&P 500 ที่เติบโตได้เพียง 10%

2. การไม่กลัวในการละทิ้งอดีต

เพื่อมุ่งไปข้างหน้า เราจำเป็นต้องทิ้งอดีตไว้ข้างหลัง Scott Cook ผู้ก่อตั้งและประธานคณะกรรมการบริหารบริษัท Intuit บริษัทอันดับ 8 ใน The Transformation 20 กล่าวถึงแนวทางดังกล่าวนี้ว่า “เราขาย 5 แผนกและสายผลิตภัณฑ์ซึ่งรวมถึงแพรนไฮส์ที่เก่าแก่ที่สุดของเราอย่าง Quicken ซึ่งเป็นธุรกิจดั้งเดิมของบริษัท โดยเราขายมันและเราก็หยุดการลงทุนทั้งหมดของเราในส่วนที่ไม่ใช่คลาวด์แพลตฟอร์ม” ซึ่งการตัดสินใจนั้นสืบเนื่องมาจากความเห็นร่วมกันของฝ่ายบริหารที่เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงโดยปรับใช้ความสามารถใหม่รวมถึงเงินทุนของบริษัทนั้น จำเป็นที่ต้องตัดใจที่จะละทิ้งกิจกรรมในส่วนที่จะไม่สอดคล้องหรือสนับสนุนในแนวทางดังกล่าวต่อไป

ตัวอย่างอื่นๆ เช่น A.O. Smith เลิกจากการเป็นธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์และมอเตอร์มามุ่งเน้นการลงทุนในการพัฒนาเครื่องทำน้ำร้อนสำหรับที่อยู่อาศัย และสามารถก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำในตลาดอุปกรณ์การบำบัดน้ำระดับโลกได้ในที่สุด Ørsted เลิกจากการเป็นธุรกิจเชื้อเพลิงฟอสซิล โดยขายทิ้ง 8 จาก 12 สายการผลิต เพื่อมุ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับพลังงานลมที่ใช้กังหันลมนอกชายฝั่ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นในการเปลี่ยนแปลงที่จะเป็นผู้นำพลังงานสะอาดของโลก

สำหรับ Microsoft และ Adobe บริษัทซอฟต์แวร์ยักษ์ใหญ่ ต่างก็อยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงโมเดลธุรกิจจากการขายซอฟต์แวร์สำเร็จรูปที่ทำการให้พวกเขาอย่างต่อเนื่องมาเป็น Subscription Services บนคลาวด์ หรืออย่าง Siemens ที่ได้เปิดแผนวิสัยทัศน์ปี 2020 ถึงความพยายามในการออกจากธุรกิจดั้งเดิมในด้านการให้บริการกับบริษัทน้ำมันและอุตสาหกรรม เพื่อสร้างธุรกิจใหม่ในการให้บริการทางดิจิทัลกับลูกค้ากลุ่มเดิมบางส่วนที่อยู่ในกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเช่นเดียวกัน

3. การใช้ประโยชน์จากความสามารถหลักเพื่อเข้าสู่ตลาดที่เติบโตใหม่

หนึ่งในบทเรียนที่เราได้เห็นกันมากที่สุดจากความพยายามในการเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จนั้น คือการใช้ประโยชน์จากความสามารถในอุตสาหกรรมด้วยสินทรัพย์เช่น แรนด์ ความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่องทางการกระจายสินค้า หรือสมรรถนะหลักอื่นๆ ขององค์กร

ตัวอย่างของ Fujifilm Holdings ที่เคยตกอยู่ในสถานการณ์เดียวกับ Eastman Kodak ที่ต่างก็เป็นผู้นำในตลาดฟิล์มถ่ายรูป แต่มุมมองทางธุรกิจที่กว้างขวางขึ้นของ Fujifilm ได้สร้างความสำเร็จอย่างมาก ในขณะที่ Kodak กลับล้มเหลวและเข้าสู่ภาวะล้มละลายในปี 2012

โดย Fujifilm ได้ลงทุนอย่างหนักในการพัฒนารัฐกิจฟิล์มภาพถ่ายดิจิทัลในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ ขณะเดียวกันก็ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีทางเคมีและองค์ความรู้ในฟิล์มภาพถ่าย ขยายฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่การสนับสนุนในธุรกิจสุขภาพอย่างเต็มรูปแบบ

หรือในกรณีของ Schneider Electric ที่ใช้ประโยชน์จากความสามารถในการสร้างแพลตฟอร์มทางเทคโนโลยี เพื่อก้าวไปสู่การสร้างธุรกิจการวิเคราะห์ข้อมูลจากอุปกรณ์ Internet of Things สำหรับการจัดการพลังงาน Neste บริษัทของฟินแลนด์เข้ายึดตลาดเชื้อเพลิงชีวภาพจากความสามารถในการทดแทนพลังงานโดยไม่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตของลูกค้า รวมทั้งกรณีของ Ping An บริษัทของจีน ที่ใช้ประโยชน์จากความรู้และความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมประกันชีวิต ประกันสุขภาพ เปิดตัวแพลตฟอร์มระบบนิเวศของการดูแลสุขภาพออนไลน์มีชื่อว่า Good Doctor เป็นต้น

4. การคว้าโอกาสทางยุคดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มใหม่และโมเดลทางธุรกิจ

ดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับองค์กร โดยเฉพาะการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าได้ด้วยความสามารถทางดิจิทัล ดังเช่นการสร้างประสบการณ์การใช้งานแบบดิจิทัลให้กับลูกค้าเพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อกับบริษัท หรือการสนับสนุนให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น รวมทั้งดิจิทัลนั้นอาจนำไปสู่การนำเสนอโมเดลธุรกิจหรือรวมไปถึงการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ ขึ้นได้

ตัวอย่างของ DBS Bank ที่ดำเนินการเปลี่ยนแปลงดำเนินไปในหลายมิติตั้งแต่ธนาคารระดับชาติไปจนถึงธนาคารระดับภูมิภาคและระดับโลก จากบริการทางธนาคารแบบเดิมไปสู่โมเดลทางธุรกิจ fintech หรือกรณีการเปลี่ยนแปลงของ AIA Group ที่ได้เปลี่ยนแปลงการเข้าสู่แนวทางการเติบโตระดับโลกด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล Vitality ที่ให้ความรู้การป้องกันด้านสุขภาพ เครื่องมือ และแรงจูงใจแก่สมาชิกประกันสุขภาพ โดยนำมาซึ่งการขยายตัวของธุรกิจนี้เป็น 10% ในรายได้รวมของบริษัท คิดเป็นการเติบโตมากกว่า 85% ในปีเดียว

5. นวัตกรรมมีใช้เกิดขึ้นในส่วนงานขององค์กรแต่เป็นเรื่องของการจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาพรวม

ในหลายองค์กร ได้กำหนดกลยุทธ์ในความพยายามสร้างนวัตกรรม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อองค์กรขึ้น อย่างไรก็ตามการพัฒนาวัตกรมนั้น ไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากการมีส่วนงานนวัตกรรมหรือการมอบหมายให้ส่วนงานใดส่วนงานหนึ่ง แต่นวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จจะต้องความร่วมมือจากส่วนงานต่างๆ ทั้งทั้งองค์กร ตัวอย่างเช่น ในขณะที่พนักงานบางส่วนจะต้องคิดค้นธุรกิจหลักค้นหาวิธีใหม่ในการใช้ข้อมูลเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้า พนักงานส่วนอื่นจะต้องทำงานในการบ่มเพาะหรือการเติบโตของธุรกิจที่เติบโตใหม่ และส่วนอื่นๆ ก็ยังคงต้องทำงานปกติของพวกเขาต่อไป ในขณะที่ยังมองหาวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติด้วยเช่นกัน

Jeff Bezos จาก Amazon.com เป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ขณะที่การให้บริการ Cloud Technology ให้กับลูกค้าก็เป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย Amazon Web Services (AWS) มีมูลค่ากว่า 26 พันล้านเหรียญสหรัฐ และกลายเป็นสัดส่วนแบ่งทางกำไรที่ดีที่สุดของบริษัท

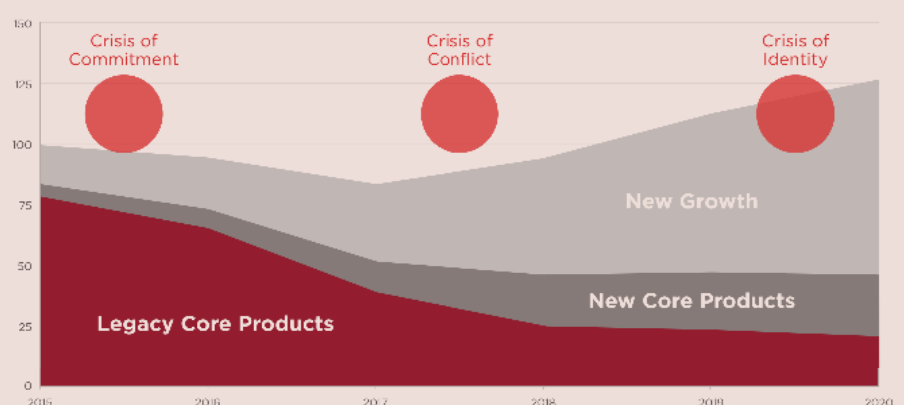
ส่วน Alibaba นั้นได้สร้างนวัตกรรมที่เป็นกุญแจสำคัญสำหรับทุกสิ่งอยู่เสมอ โดยสามารถที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงจากธุรกิจ e-commerce และบริการอินเทอร์เน็ต ไปสู่การเติบโตใหม่บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็นบริการทางการเงินหรือการขยายไปสู่ธุรกิจอื่นอย่าง AliHealth และ AliSports

ความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงคือการเอาชนะวิกฤติที่จะเกิดขึ้นระหว่างทาง

ข้อสรุปสำคัญที่ได้จาก The Transformation 20 คือการพบว่าในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดยั้งหรือ Disruption นี้ องค์กรต่างๆ ที่สามารถอยู่รอดและเติบโตนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดหรือความมีประสิทธิภาพ แต่จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตำแหน่งตัวเองเพื่อสร้างอนาคตใหม่ โดยกลุ่มบริหารขององค์กรจะต้องแสดงบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงในระดับต่างๆ ทั้งองค์กร

ทั้งนี้ ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในส่วนของธุรกิจเดิมและส่วนของธุรกิจใหม่ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นช่วงของ Dual Transformation นั้น จะมีจุดวิกฤติใน 3 ส่วน ที่จะมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกัน หากไม่สามารถก้าวข้ามจุดเหล่านั้นได้ ก็จะทำให้การเปลี่ยนแปลงที่มุ่งหวังไว้ ล้มเหลวได้เช่นกัน

Indexed to 2015 total = 100



In "Dual Transformation," the authors explore three organizational crises that threaten to derail any transformation. As legacy core revenue becomes a smaller part of the business and new growth revenue rises, leaders need to recognize this common pattern and steer through these flashpoints. Graphic courtesy of Clark Gilbert, former CEO, Deseret News

1. วิกฤติแห่งความมุ่งมั่น หรือ Crisis of Commitment

เมื่ออยู่ในช่วงเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงผู้นำและบุคลากรบางส่วน จะกังวลเกี่ยวกับการยอมรับในแนวทางใหม่ขององค์กรและพยายามที่จะมองข้ามในสิ่งที่กำลังบ่งชี้ถึงการเสื่อมถอยของธุรกิจหลักขององค์กร

2. วิกฤติแห่งความขัดแย้ง หรือ Crisis of Conflict

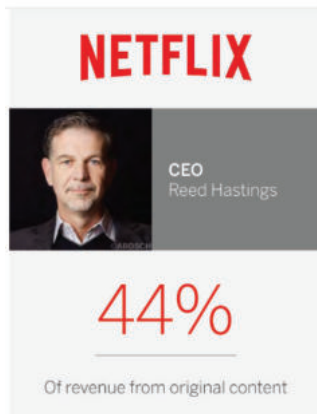
เมื่อฝ่ายต่างๆ ขององค์กรพยายามที่จะสร้างการเติบโตใหม่จากทรัพยากรขององค์กร ซึ่งแน่นอนว่าการลงทุนต่างๆ ยังไม่สามารถสร้างผลตอบแทนได้ดีเทียบเท่ากับธุรกิจเดิม จึงมักเกิดคำถามถึงความคุ้มค่าหรือความล่าช้าของการสร้างธุรกิจใหม่ และนำมาสู่ความขัดแย้งระหว่างกันได้

3. วิกฤติแห่งอัตลักษณ์องค์กร หรือ Crisis of Identity

เมื่อองค์กรตระหนักได้ว่า “ถ้าเราไม่ได้เป็นเราอีกต่อไปแล้ว เราจะทำอะไร?” จะเกิดอะไรขึ้นถ้าเกิดความรู้สึกว่าพวกเขาขาดตัวตนหรือการรับรู้ของคนภายนอกในความสำเร็จเดิมๆ อีกต่อไป การสูญเสียความเป็นตัวตนเดิมจากการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นสิ่งที่ทำได้ยากเมื่อสิ่งใหม่เริ่มมีบทบาทมากกว่า

The Transformation 20 นี้จึงเป็นการแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนที่คุ้มค่าและทรงพลัง ที่จะเกิดขึ้นเมื่อผู้นำสามารถนำพาองค์กรผ่านวิกฤติเหล่านี้ไปสู่ความคาดหวังในการสร้างอนาคตใหม่ที่ท้าทาย ©TAC

T20 Nº1



#1 NETFLIX

INDUSTRY: Entertainment/ Internet

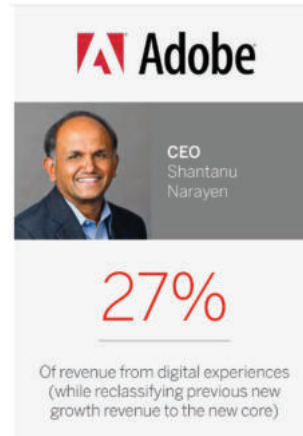
REVENUE: \$15.8B

HQ: Los Gatos, CA

TRANSFORMATION STORY: Shifted from DVDs by mail into the leading streaming video content service and now a top original content provider

NEW GROWTH: In 2018, Netflix's original content accounted for 37% of its U.S. streams, up from 14% in 2017. Netflix released 88% more original programming in 2018 than it did during 2017.

T20 Nº2



#2 ADOBE SYSTEMS

INDUSTRY: Software/ Digital Media

REVENUE: \$9.0B

HQ: San Jose, CA

TRANSFORMATION STORY: Moved beyond the traditional core of creative software into digital experiences, marketing, commerce platforms and analytics while changing its business model from packaged software to cloud subscriptions

NEW GROWTH: Adobe's "Digital Experiences" segment drives a significant portion of the company's growth, representing 27% (\$2.44B) of total revenues in 2018. Only seven years prior in 2011, the digital marketing segment contributed \$927.8M.

T20 Nº3



#3 AMAZON.COM

INDUSTRY: Online Retail

REVENUE: \$232.9B

HQ: Seattle, WA

TRANSFORMATION STORY: Amazon initiated Amazon Web Services (Cloud) to overcome the cost of infrastructure required to conduct operations. AWS has turned into a surprisingly lucrative profit engine. Amazon has also built an entire ecosystem of products and services, enabled by its Prime membership

NEW GROWTH: In 2018, AWS produced \$25.7B in net sales and \$7.3B in operating income, up from \$3.1B and \$673M, respectively, in 2013.

T20 Nº4



#4 TENCENT HOLDINGS

INDUSTRY: Internet

REVENUE: \$46.99B

HQ: Shenzhen, China

TRANSFORMATION STORY: Tencent transformed from an online messenger and video game business to an all-around technology business that has presence in entertainment, autonomous vehicle, cloud computing and fintech.

NEW GROWTH: Non-core businesses grew revenue by 80% YOY in 2018, primarily through Fintech and cloud services. Cloud revenue increased by over 100% to \$1.3B. Tencent's fintech platform managed over \$89.3B in assets.

T20 Nº5



#5 MICROSOFT

INDUSTRY: Computer Hardware and Software, Consumer Electronics

REVENUE: \$110.4B

HQ: Redmond, WA

TRANSFORMATION STORY: Microsoft has transformed from a business model based primarily on selling products, licenses (IP) and devices to a cloud-based platform-as-a-service business.

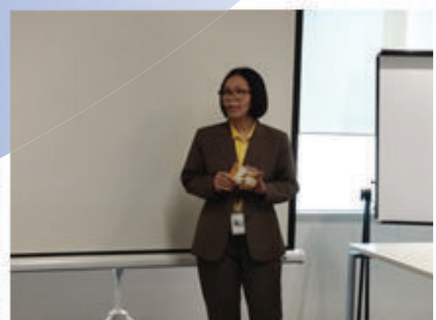
NEW GROWTH: In 2017 and 2018 combined, commercial cloud revenue increased by 56% to \$23.3B, within which server products and cloud services revenue increased by 21% and is driven by Azure revenue growth of 91%.



Powerful Presentation : Designing Effective Powerpoint

บริษัท บีเอ็มดับเบิลยู (ประเทศไทย) จำกัด

วันที่ 16 ธันวาคม 2562



CHANGE

is coming

All new in next issue

“นวัตกรรม” กับอีกหนึ่งทศวรรษ ที่กำลังจะผ่านไป

ปี 2020 กำลังจะเริ่มขึ้น ถือเป็นปีสุดท้ายในทศวรรษที่ 2 ของศตวรรษที่ 21 กล่าวได้ว่า สมาร์ทโฟน (smartphone) กลายเป็นนวัตกรรมที่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับมนุษยชาติเป็นอย่างมากในช่วงทศวรรษแรก ผลกระทบของสมาร์ทโฟนยังมีต่อเนื่องมาสู่ทศวรรษที่ 2 (2011-2020) ไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจ การบริการ อุตสาหกรรม การศึกษา รวมถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ ทำให้คำว่า Disruption กลายเป็นคำติดปากและได้รับการพูดถึงในวงกว้าง และเป็นตัวเร่งให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างกว้างขวาง หากลองมองย้อนกลับไปในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (2011-2020) จะเห็นได้ว่าเกิดนวัตกรรมที่สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อชีวิตของเราเป็นจำนวนมาก ในวันนี้จะรวบรวม 5 ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ที่จะยังส่งผลต่อเนื่องไปยังทศวรรษหน้าที่จะมาถึง

Data is Everything: ข้อมูลกลายเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของธุรกิจ จนมีคำเปรียบเปรยว่า “ข้อมูล” มีค่าเหมือนดั่ง “น้ำมัน” ส่วนหนึ่งมาจากการเติบโตของสมาร์ทโฟน อุตสาหกรรมโทรคมนาคม และการใช้งานอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถสร้างและเข้าถึงข้อมูลได้อย่างอิสระ ซึ่งสร้างให้เกิดโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลายอย่างไม่เคยมีมาก่อน ไม่เพียงแค่นั้น ความสำคัญของข้อมูลยังส่งผลไปยังภาคส่วนอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นภาคอุตสาหกรรมและภาคการบริการต่างๆ ที่ต้องการให้เกิดการแปลงข้อมูลดิจิทัล (Digitization) อย่างอัตโนมัติ เกิดเป็นกระแส Internet of Things (IoT) และ Big Data รวมถึงการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ผ่านระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence)

Platform Economy: ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมานวัตกรรมในรูปแบบแพลตฟอร์ม (platform innovation) ที่เข้ามาพลิกโฉม (disruption) ภาคธุรกิจและสังคมเป็นจำนวนมาก สาเหตุหลักมาจากโครงสร้างทางธุรกิจและอุตสาหกรรมรูปแบบเดิมๆ ที่ไม่สามารถเชื่อมโยงความต้องการระหว่างฝั่งอุปสงค์ (demand-side) และฝั่งอุปทาน (supply-side) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดเป็นปัญหาที่สั่งสม (pain point) และเป็นโอกาสสำหรับบริษัทสตาร์ทอัพให้เข้ามาแก้ไขด้วยแนวทางและรูปแบบทางธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมถึงเข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดิม บริษัทเกิดใหม่ที่โตอย่างก้าวกระโดดส่วนใหญ่ล้วนมาพร้อมกับนวัตกรรมแพลตฟอร์ม อาทิ Uber, Grab และ AirBnB

Social Media: สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทรงอิทธิพลอย่างมาก การเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์และการชวนเชื่อรูปแบบใหม่ๆ ประสิทธิภาพในการเข้าถึงคนจำนวนมากอย่างรวดเร็วในต้นทุนที่ต่ำ สร้างผลกระทบอย่างมากต่อภาคธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม สื่อหลายฉบับต้องปิดตัวลงเนื่องจากไม่สามารถปรับตัวรับมือกับการเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ ประชาชนทั่วไปกลายเป็นผู้ผลิตและเจ้าของสื่อ (user-generated content) เกิดอาชีพใหม่ๆ อย่าง Blogger และ YouTuber นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังสร้างผลกระทบทางสังคมทั้งเชิงบวกและเชิงลบเป็นอย่างมาก เพราะสื่อสังคมออนไลน์สามารถกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวและความเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้อย่างรวดเร็ว แต่ในทางกลับกัน การนำไปใช้ในทางที่ผิดหรือขาดการกำกับดูแลที่ดีพอ ก็สร้างให้เกิดผลกระทบในวงกว้างอย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น ปัญหาข่าวปลอม (Fake News) หรือการรังแกทางโลกออนไลน์ (Cyberbullying)

Digital Money: เงินในรูปแบบดิจิทัลกลายเป็นแนวโน้มที่เห็นได้ชัดเจนในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ในด้านหนึ่งช่วยอำนวยความสะดวกและเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ระบบ Prompt Pay ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกรรมของประชาชนและระบบการเงินการธนาคารของประเทศ ซึ่งนำไปสู่ต้นทุนของระบบการเงินที่ลดลงและการกระตุ้นการทำธุรกรรมในระดับจุลภาค (micro payment) สร้างโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย แต่ในทางกลับกันก็เป็นโจทย์ใหญ่สำหรับธุรกิจการเงินการธนาคารที่ต้องมีการปรับตัว รวมถึงปัญหาความพร้อมด้านกฎระเบียบและความปลอดภัยในธุรกรรมออนไลน์ นอกจากนี้ สกุลเงินดิจิทัล (digital currency) รูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นอย่าง Bitcoin, Ethereum หรือ Libra ก็ยังเป็นสิ่งที่น่าจับตามอง ถึงโอกาสในการสร้างความเปลี่ยนแปลงของระบบการเงินระหว่างประเทศ

SDGs + Zero Concept: ปัญหาสังคม สิ่งแวดล้อมและความเหลื่อมล้ำ กลายเป็นประเด็นที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นและทั่วโลกต่างให้ความสนใจ องค์การสหประชาชาติ (United Nations – UN) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals – SDGs) เพื่อเป็นกรอบและทิศทาง การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยได้รับการยอมรับกันในหลายเวที นอกจากนี้ เป็นที่ยอมรับกันว่าการจะบรรลุเป้าหมาย SDG ได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยนวัตกรรมเข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อน จึงทำให้เกิดกระแสความตื่นตัวของการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคม รวมถึงการเติบโตของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคม (social enterprise) ไม่เพียงเท่านั้น ความตื่นตัวของกระแสสังคมก็ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่คำนึงถึงประโยชน์และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมมาเป็นองค์ประกอบสำคัญ จะเห็นได้จากแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าและอุตสาหกรรมพลังงานทางเลือกอย่างพลังงานแสงอาทิตย์

~~~~~  
ความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในรอบทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ล้วนเกิดขึ้นและถูกเร่งด้วย “นวัตกรรม” ทั้งสิ้น ผลกระทบของความเปลี่ยนแปลงสร้างให้เกิดโอกาสอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นภัยคุกคามทั้งกับธุรกิจ วิถีชีวิต สังคมและความเป็นอยู่ของเรา หากเราไม่สามารถเข้าใจและเตรียมพร้อมรับมือกับมัน ©TAC  
~~~~~


ได้เวลาตั้งเป้าหมายกันอีกแล้ว New Year's Resolutions

ช่วงปลายปี 2019 คงเป็นช่วงที่หลายคนเริ่มทบทวนชีวิตที่ผ่านมาของตนเองตลอดปี 2019 และก็เป็นช่วงเวลาของการตั้ง New Year Resolution ใหม่ๆ กันอีกครั้งสำหรับปี 2020 เรื่องยอดฮิตมักหนีไม่พ้น การงาน สุขภาพ ความรัก ครอบครัว และการเงิน

จากข้อมูลการสำรวจของ inc.com ที่ได้รวบรวมข้อมูลจากคนกว่า 2,000 คน สรุปหัวข้อยอดนิยมในการตั้ง New Year's Resolutions มีทั้งหมด 10 ข้อด้วยกัน

1. กินอาหารที่ดีขึ้น (ลด junk food และเลือกกินอาหารที่ดีต่อสุขภาพ): 71%
2. ออกกำลังกายให้มากขึ้น: 61%
3. ลดน้ำหนัก: 51%
4. ออมมากขึ้น และควบคุมการใช้จ่ายให้ดีขึ้น: 32%
5. เรียนรู้ Skill ใหม่ หรือหางานอดิเรกใหม่: 26%
6. เลิกสูบบุหรี่: 21%
7. อ่านหนังสือให้มากขึ้น: 17%
8. เปลี่ยนงาน หรือหางานใหม่: 16%
9. ต้มแอลกอฮอล์ให้น้อยลง: 15%
10. ใช้เวลากับครอบครัวและเพื่อนให้มากขึ้น: 13%



จากข้อมูลผลการสำรวจของ statisticbrain.com พบว่าคนส่วนใหญ่ 90.8% ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่พวกเขาตั้งไว้ได้ มีเพียง 9.2% เท่านั้นเองบรรลุเป้าหมาย สามารถประสบความสำเร็จได้ตามที่มุ่งหวังไว้

ไม่ว่าคุณจะเป็นหนึ่งใน 9.2% นี้หรือไม่ก็ตาม สำหรับปี 2020 นี้ ก็อยากจะชวนให้มาตั้ง New Year's Resolutions กันอีกครั้งนะคะ

ที่สำคัญอย่าลืมนำเทคนิค SMART ไปใช้ในการตั้งเป้าหมายกันด้วย

S : SPECIFIC ต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือ

M : MEASURABLE วัดผลได้

A : ACHIEVABLE รู้ว่าต้องทำแบบไหน

R : REALISTIC เป็นไปได้ ไม่เพ้อฝัน

T : TIME BOUND กรอบระยะเวลาชัดเจน

ขอให้สนุกไปกับเป้าหมายที่ตั้งและมุ่งมั่นทำให้สำเร็จ

Happy New Year 2020



บริการแท็กซี่ทางอากาศ

Autonomous Air Taxi

ช่วงนี้กระแสเรื่องการใช้โดรน (Drone) อากาศยานไร้คนขับ หรือ Unmanned Aerial Vehicle (UAV) กำลังเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันอย่างมาก ถึงการนำมาใช้ทั้งในด้านสว่างและในด้านมืด สาเหตุก็มาจากการที่รัฐบาลสหรัฐใช้โดรน ชื่อ “เอ็มคิว-9 รีปเปอร์” (MQ-9 Reaper) ซึ่งเป็นโดรนหรืออากาศยานควบคุมระยะไกลแบบติดอาวุธครบ สंहหารเป้าหมายแบบสายฟ้าแลบ ด้วยต้นทุนการผลิตปัจจุบันมีราคาลำละประมาณ 16 ล้านดอลลาร์ หรือราว 482 ล้านบาท

ถือเป็นทางเลือกที่ถูกมากเมื่อเทียบกับประสิทธิภาพด้านความสามารถด้านข่าวกรองและการโจมตีทางอากาศ อีกทั้งติดตั้งระเบิดและขีปนาวุธหลายประเภท ทำให้ทั้งโลกต้องตกตะลึงในแสนยานุภาพของอาวุธที่ร้ายกาจจากการนำโดรนมาปฏิบัติการทางการทหาร แต่ข่าวการใช้โดรนทำภารกิจทางการทหารครั้งนี้ก็ไม่ใช่ครั้งแรก เพราะก่อนหน้านี้ โรงกลั่นน้ำมันของประเทศซาอุดีอาระเบียก็เคยถูกทางกลุ่มกบฏฮูตี (Houthi) ซึ่งมีที่มั่นอยู่ในเยเมนได้อ้างตัวว่าเป็นผู้ก่อเหตุด้วยการใช้โดรนติดขีปนาวุธโจมตีมาแล้วเช่นกัน

จากอุบัติเหตุครั้งนี้ทำให้ผมนึกถึงภาพยนตร์ในจักรวาลสตาร์วอร์ส ที่เป็นเรื่องราวการต่อสู้ระหว่างซิท (Sith) และเจได (Jedi) ซิท คือ กลุ่มลัทธิความเชื่อของนักบวชที่อุทิศตัวให้กับด้านมืดของพลัง ลักษณะเด่นของกลุ่มบุคคลนี้คือความละโมภในอำนาจและพร้อมที่จะใช้ทุกวิถีทางในการทำให้ได้มาซึ่งอำนาจ ขณะที่เจไดทำหน้าที่และใช้พลังสลับกลับของสิ่งที่เรียกว่าพลังในด้านสว่าง เจไดได้ต่อสู้เพื่อสันติภาพและความยุติธรรมเพื่อความสงบเรียบร้อย โดยทั้งซิทและเจไดต่างก็ใช้ไลท์เซเบอร์ (Lightsaber) หรือดาบเลเซอร์มาประหัตประหารกันและกัน ก็คงไม่ต่างกับการเอามาใช้ประโยชน์จากโดรนมาใช้ในด้านมืด

ผมเกริ่นเรื่องนี้มาก็เพื่อจะนำเข้าสู่เรื่องการนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโดรนมาใช้ด้านสว่างที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเมือง ซึ่งรถยนต์อาจจะไม่ใช่สิ่งจำเป็นอีกต่อไป ผู้คนจะสัญจรไปมาบนฟ้ามากกว่าบนบก (จินตนาการเหมือนกับในหนังสตาร์วอร์ส) และพื้นที่เบื้องล่างจะถูกสงวนไว้ให้กับจุดประสงค์อื่นๆ แทน ความคิดนี้อาจฟังดูไกลเกินตัวไปมากหรือกระทั่งเป็นไปได้เลยนั้น แต่ถ้าคุณได้อ่านข่าวนี้คุณอาจเปลี่ยนใจเมื่อบริษัท Uber ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากองค์การนาซ่าที่เริ่มต้นด้วยการเปิดตัวนวัตกรรมโดยเผยแพร่แนวคิดการออกแบบยานพาหนะสาธารณะ **Uber ได้ประกาศความร่วมมือกับ**

ผู้ผลิตยานยนต์บริษัทฮุนไดมอเตอร์ (Hyundai) เพื่อพัฒนาแท็กซี่ทางอากาศไฟฟ้า (Uber Air) ยานพาหนะแบบ VTOL (Vertical Take-Off and Landing) โดยจะมีลักษณะคล้ายกับโดรนผสมกับเฮลิคอปเตอร์ สำหรับเครือข่ายการขนส่งทางอากาศในอนาคต มีจุดจอดรับส่งที่เรียกว่า Skyport ที่อาคารที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนเมืองหรือสนามบิน

Hyundai ซึ่งเป็นบริษัทแรกที่จะเข้าร่วมโครงการ Uber Elevate จะใช้ประโยชน์จากประสบการณ์และความสามารถในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า และ Urban Air Mobility (UAM) จะเปลี่ยนแนวคิดของการขนส่งในเมือง

Hyundai มีศักยภาพการผลิตเครื่องบินคุณภาพสูงที่เชื่อถือได้ และต้นทุนที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับความคุ้มทุนกับค่าโดยสารต่อการเดินทาง และเมื่อนำมาผสานเข้ากับแพลตฟอร์มเทคโนโลยีของ Uber ก็จะเป็นการก้าวกระโดดครั้งใหญ่สำหรับการเปิดตัวเครือข่ายแท็กซี่ทางอากาศที่มีชีวิตชีวาในไม่กี่ปีข้างหน้ากันเลยทีเดียว

นอกจาก Hyundai แล้วก็ยังมียังหลายบริษัทก็เริ่มทยอยทดสอบแท็กซี่ทางอากาศแบบไร้คนขับกัน อย่างเช่น Boeing, Airbus, Volocopter, Kitty Hawk (Cora) โดยแผนเปิดให้บริการ Air Taxi ของแต่ละบริษัทจะเริ่มประมาณช่วงปี 2021-2023 ซึ่งถ้าเป็นจริงการเตรียมพร้อมเรื่องกฎระเบียบเพื่อควบคุมโดรน ซอฟต์แวร์บริหารจัดการจราจรสำหรับอากาศยานไร้คนขับ ดูจะเป็นโจทย์ที่ท้าทายของทุกๆ ประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยที่ต้องจัดระเบียบและหาทางป้องกันด้านความมั่นคงของชาติ และความปลอดภัยด้านการบินของพลเรือนอย่างพวกเราที่ตั้งตารอใช้บริการ ลองนึกภาพดูว่าในอนาคตจะดีแค่ไหน ถ้าเราเรียก Air Taxi จากแอปพลิเคชันและ Air Taxi นั้นถูกส่งมาจอดรอถึงหน้าบ้านคุณ ก่อนที่คุณจะดื่มกาแฟหมดแก้วซะอีก



บล็อกเชน

สำหรับความยั่งยืน
ของสิ่งแวดล้อม

หากพูดถึงที่มาของปัญหาสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ในปัจจุบัน เราต้องย้อนกลับไปที่ช่วงยุคพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเฉพาะช่วงปี ค.ศ. 1950 ที่ได้เกิดความเพื่องฟูในการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโลก แม้การพัฒนานี้จะส่งเสริมพัฒนาการของมนุษย์และเพิ่มความมั่งคั่ง แต่ในขณะเดียวกัน ได้ก่อให้เกิดผลเสียที่ไม่คาดคิด เช่น การเปลี่ยนแปลงทางสภาพอากาศ ระดับมลภาวะที่เป็นอันตราย การตัดไม้ทำลายป่า ปัญหาการประมงและปริมาณน้ำดื่ม สารพิษในแม่น้ำและบนพื้นดิน ปริมาณขยะที่เกินจะรับมือทั้งบนบกและในมหาสมุทร รวมไปถึงการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพและแหล่งที่อยู่อาศัย

เมื่อถึงครายุคปฏิวัติอุตสาหกรรมที่สี่ นวัตกรรมต่างๆ ได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเพื่อให้มีประสิทธิภาพ และเข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิม เทคโนโลยีเกิดการเชื่อมต่อกันมากยิ่งขึ้น และเรากำลังพบการบรรจบกันของโลกดิจิทัล โลกกายภาพ และโลกทางชีวภาพ เทคโนโลยีใหม่ที่กำลังมาอย่างเช่น Internet of Things (IoT) เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) กำลังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างมหาศาลสำหรับคนรุ่นต่อไป ทั้งในแง่เศรษฐกิจ ทางคุณค่า ตัวตน และความเป็นไปได้ในอนาคต

บริษัทขนาดใหญ่ต้องพบกับแรงกดดันจากทั้งมาตรการภาครัฐ ด้านชื่อเสียง นักลงทุน และทางฝั่งผู้บริโภค ที่ต้องการให้แก้ไขปัญหาคาความเสียหายในห่วงโซ่อุปทาน เช่น การทุจริตคอร์รัปชัน การละเมิดสิทธิมนุษยชน การใช้แรงงานทาส การทารุณกรรมทางเพศ ความปลอดภัยของน้ำ และการเสื่อมสภาพของสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ด้วยการมาของบล็อกเชน ข้อมูลบันทึกของธุรกรรมทั้งหมดในทั้งห่วงโซ่อุปทานที่อ้างถึงข้อมูลแหล่งกำเนิด จะทำให้เราสามารถย้อนที่ไปที่มาของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สถานที่เริ่มต้นในการผลิต ไปจนถึงร้านค้าปลายทางที่เราซื้อ

บล็อกเชนจึงกลายเป็นเทคโนโลยีพื้นฐานของการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่สี่นี้ เพราะมีคุณสมบัติประกอบด้วย ledger ที่จะถูกกระจายไปทั่วเครือข่าย และยังมีคุณสมบัติที่ไม่สามารถแก้ไขข้อมูลได้ รวมไปถึงการเข้ารหัสขั้นสูง การถ่ายโอนสินทรัพย์หลายรูปแบบระหว่างผู้ใช้งานต่างๆ จะสามารถเกิดขึ้นได้อย่างปลอดภัย และประหยัดกว่าโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยตัวกลาง ด้วยการออกแบบที่เป็นประชาธิปไตย เทคโนโลยีนี้ทำให้ผู้ใช้งานในเครือข่ายสามารถเป็นเจ้าของส่วนหนึ่งของเครือข่ายโดยการเปิดโหนด (ที่จะซิงค์กับ ledger ของบล็อกเชน) โดยพื้นฐาน บล็อกเชนจึงถือเป็นเรื่องใหม่ที่ปราศจากศูนย์กลาง และเป็นโครงสร้างพื้นฐานในระบบคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโลกเข้าด้วยกัน ที่จะสามารถเปลี่ยนกระบวนการในปัจจุบันในทางธุรกิจ การกำกับดูแล และทางสังคม

บล็อกเชนอาจสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบสาธารณูปโภคที่ปราศจากศูนย์กลางในวงกว้าง เช่นแพลตฟอร์มที่สามารถสอบถามข้อมูลของทรัพยากร (เช่น น้ำใช้ของบ้านแต่ละหลัง และข้อมูลไฟฟ้าจากสมาร์ทเซ็นเซอร์) เพื่อป้องกันความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างผู้ใช้และ

ผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงรายละเอียดที่มากขึ้นและเป็นกลาง เพื่อใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบระบบและจัดการกับทรัพยากร ด้วยวิธีต่างๆ เช่น การทำธุรกรรมระหว่างบุคคล (peer-to-peer transaction) การกำหนดราคาที่ไม่คงที่ (dynamic prices) และการสร้างความสมดุลของอุปสงค์และอุปทานที่มีประสิทธิภาพที่สุด (optimal demand-supply balance)

ปรากฏการณ์นี้ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่ากิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปตามกรอบของกฎหมาย อีกทั้งยังเปิดโอกาสซื้อขายที่ผิดกฎหมายหรือผิดจรรยาบรรณ ช่วยแก้ปัญหาด้านคุณภาพและความปลอดภัย ลดรายจ่ายค่าดำเนินการ เพิ่มการเข้าถึงด้านการเงิน ช่วยเพิ่มศักยภาพในการตรวจสอบ ใช้งานในการยืนยันตัวตนหรือสินค้า และไม่ต้องพบกับปัญหาที่ต้องฟ้องร้องดำเนินคดี นักลงทุนและผู้จัดการสินทรัพย์สามารถนำวิธีการลงทุนมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการเข้าถึงข้อมูลของบริษัทต่างๆ ที่ละเอียดกว่าเดิม

ยิ่งไปกว่านั้น บล็อกเชนยังสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการการระบายน้ำ ข้อมูล real-time ที่โปร่งใสเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำ รวมไปถึงปริมาณของน้ำ จะช่วยในการประเมินการกักเก็บ การตั้งราคาซื้อขายแบบ dynamic pricing และตรวจจับการสูบน้ำอย่างผิดกฎหมาย หรือการแอบเปลี่ยนแปลงข้อมูลการใช้ของน้ำ บล็อกเชนสามารถเป็นส่วนสำคัญในวิธีการแก้ปัญหาพวกนี้ เพื่อให้เกิดทรัพยากรน้ำที่ออกจากระบบประปา เปรียบเป็นระบบพลังงานที่ไร้ศูนย์กลาง สมาร์ทมิเตอร์ตามครัวเรือนจะช่วยเก็บข้อมูลปริมาณมหาศาลที่สามารถใช้ในการคาดการณ์การไหลของน้ำ ตรวจสอบจุดที่มีความผิดปกติ และตรวจหาจุดรั่วไหล

เทคโนโลยีบล็อกเชนอาจช่วยให้การซื้อขายสิทธิของน้ำระหว่างบุคคลได้ เมื่อมีผู้ใช้งานที่ต้องการจะแบ่งน้ำที่เกินความจำเป็นของเขา เพื่อให้เกิดการผลิตจากผู้บริโภคเอง โดยไม่ต้องอาศัยบุคคลกลางในการจัดการ นอกจากบล็อกเชนแล้ว เทคโนโลยี Machine Learning และ IoT จะมีส่วนช่วยในการสร้างระบบจัดการน้ำที่ปราศจากตัวกลางอีกด้วย ทั้งในการเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรในท้องถิ่น รวมไปถึงการรีไซเคิลน้ำในระบบปิด

แพลตฟอร์มที่อาศัยบล็อกเชนจะสามารถทำให้เข้าถึงเงินทุนได้ง่าย ด้วยความสามารถของบล็อกเชนที่จัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งเงินทุนที่มีความซับซ้อนได้ หมายความว่าแพลตฟอร์มนี้จะให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายรวมอยู่ในระบบเดียวกัน เพื่อให้โปรเจกต์ที่มีความเป็นไปได้ หรือกิจการที่น่าสนใจ สามารถเข้าถึงการระดมทุนผ่านกลุ่มคน หรือ crowdsourcing ที่ระดมทุนจากนักลงทุนที่มีความหลากหลายและมีจำนวนมาก แทนที่จะเป็นเพียงกลุ่มนักลงทุนรายใหญ่ไม่กี่ราย โครงสร้างที่ปราศจากตัวกลางอาจทำให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และลดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม

การ tokenize การลงทุนจะเปิดโอกาสให้นักลงทุนหน้าใหม่สามารถเข้าร่วมการลงทุน ด้วยเงื่อนไขในการเข้าร่วมและการเข้าถึงการลงทุนที่เปิดกว้าง ส่งผลให้โปรเจกต์ที่สนับสนุนการแก้ไขปัญหาล้างแวดล้อมอาจได้รับประโยชน์จากแหล่งเงินทุนได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องผ่านกระบวนการที่มากขึ้นตอนหรือมีพิธีอะไรให้วุ่นวาย ซึ่งมักเป็นปัญหาหนึ่งที่พบได้ในสถาบันทั่วไป ส่วนเครือข่ายไฟฟ้าที่ปราศจากศูนย์กลางก็มีโอกาสที่จะลดค่าใช้จ่าย และผนวกไฟฟ้าพลังงานทดแทนเข้าสู่ระบบการจ่ายไฟฟ้า รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพและเสถียรภาพของระบบ บล็อกเชนสามารถเร่งการร่วมมือกันผ่าน smart contract ที่ทำให้เกิดตลาดท้องถิ่นสำหรับการซื้อขายพลังงานระหว่างกัน

การใช้งานเทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อให้เกิดการเติบโตที่ยั่งยืน และเพิ่มคุณค่าใหม่ๆ ให้กับสังคม จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเราสามารถตัดสินใจอย่างมุ่งมั่นและต่อเนื่อง โอกาสที่บล็อกเชนมอบให้นี้ จำเป็นที่จะต้องพัฒนาและบริหารอย่างชาญฉลาด บวกกับการรับมือกับผลลัพธ์ที่ไม่คาดคิดและความเสี่ยงในแง่ลบ

เราต้องดำเนินการทั้งหลาย ตั้งแต่การกำหนดให้เป็นไปตามสิทธิความเป็นส่วนตัว การเพิ่มความปลอดภัย และการชี้แจงความรับผิดชอบ ด้วยการสร้างมาตรฐานสำหรับการประหยัดการใช้พลังงาน การเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มรูปแบบใหม่ที่เน้นการสร้างระบบนิเวศบล็อกเชนอย่างมีความรับผิดชอบ จะเป็นวิธีที่น่าพาไปสู่อนาคตที่ดีขึ้น

แพลตฟอร์มที่ว่านี้จะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน สามารถพัฒนานวัตกรรมบล็อกเชนสำหรับปัญหาล้างแวดล้อมได้ เพื่อสร้างความยั่งยืนของเทคโนโลยีบล็อกเชน รวมถึงการแสดงบทบาทที่สำคัญในการสร้างบรรทัดฐานการจัดการที่จำเป็นในระดับอุตสาหกรรม ประเทศ และในระดับสากล ©TAC



หลักพุทธธรรม

ในการประกอบธุรกิจ

ช่วงนี้ผมกำลังเรียนปริญญาเอก ด้านการพัฒนาสังคมที่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ หรือ มจร. สิ่งที่ผมรู้สึกประทับใจมากในการมาศึกษาที่นี่ คือ การที่ได้เห็นและรู้จักพระพุทธศาสนาในอีกแง่มุม ที่ทำให้รู้ว่าพระพุทธศาสนานั้นมีมิติที่หลากหลายครอบคลุมความเป็น “โลก” ได้อย่างครบถ้วนเลยทีเดียว

และสิ่งที่พระพุทธเจ้าได้ทรงตรัสรู้นั้น ล้วนแล้วแต่เป็นหลักการที่นำสันติสุขมาสู่โลกทั้งสิ้น พระพุทธองค์ทรงตรัสไว้อย่างเข้าใจความเป็นมนุษย์มากที่สุด ในฉบับนี้ผมจึงอยากแบ่งปันเรื่องราวที่ผมได้เรียนรู้มาจากวิชาพระพุทธศาสนากับการพัฒนาสังคม เพื่อให้ผู้นำหรือคนทำธุรกิจทุกคนได้นำไปปรับใช้กับธุรกิจของตนเองให้เจริญงอกงาม อย่างยั่งยืนและส่งผลดีต่อตนเองและสังคมด้วย

หลักพุทธธรรมกับเศรษฐศาสตร์เพื่อการพัฒนา หรือ **“พุทธเศรษฐศาสตร์”** โดยเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการแบ่งปัน ความซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อสังคม ดำเนินกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและสังคม สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเพื่อชุมชนและการสนับสนุนการพัฒนาในด้านต่างๆ โดยคำนึงถึงหลักการบริโภค ด้วยปัญญา ความพอเพียง ความพอประมาณ การรู้จักแบ่งปัน มีการใช้หลักธรรมาภิบาล การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม แรงงาน การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ของชุมชน และความเท่าเทียมในสังคม ซึ่งหลักการของพุทธเศรษฐศาสตร์ สามารถสรุปเป็นหลักการสำคัญที่สอดคล้องกัน และนำมาประยุกต์ใช้ได้ดังนี้



๑) หลักการบริโภคด้วยปัญญา คือ ความรู้เท่าทันกับการบริโภคและใช้ประโยชน์ ใช้ปัญญาเป็นวิถีแห่งการผลิตและการบริโภค เช่น ผลิตสินค้าที่มีประโยชน์ในการใช้สอยจริงๆ ไม่มอมเมาผู้บริโภคหรือหลอกลวงผู้ซื้อ

๒) หลักอหิงสาธรรม คือการไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่นและสรรพสิ่งให้เดือดร้อน โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อม เช่น โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ต้องช่วยลดมลพิษที่เกิดจากการผลิตให้ได้ เรื่องภาวะโลกร้อนเป็นเรื่องที่ชัดเจนมากสำหรับข้อนี้

๓) หลักความไม่ประมาท ความไม่ประมาท คือความเป็นอยู่อย่างไม่ขาดสติ หรือความเพียรที่มีสติเป็นเครื่องเร่งเร้าและควบคุม สามารถยกตัวอย่างการนำมาประยุกต์ใช้ได้ เช่น การที่ทุกองค์กรจะต้องมีแผนสำรองของการบริหารความเสี่ยง Safety ของพนักงาน รวมถึงความปลอดภัยในทุกรูปแบบ ทั้งชีวิตและทรัพย์สิน

๔) หลักสัมมาอาชีพ คือ การประกอบอาชีพสุจริต ดังาม ถูกต้องตามธรรมนอง คลองธรรม ปรากฏอยู่ในมรรคมีองค์ 8 ซึ่งตรงนี้ชัดเจนอยู่แล้วว่า ต้องประกอบอาชีพที่สุจริต ไม่หลอกลวง บังคับขู่เข็ญ หรือ เบียดเบียนผู้อื่น เช่น ค้าอาวุธ ค้ามนุษย์ ค้าขายสัตว์ ขายน้ำเมา และสารเสพติด ค้าขายยาพิษ เป็นต้น

๕) หลักการพึ่งตนเอง การพึ่งตนเองจะช่วยให้ลดความเสี่ยงในการพึ่งปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ทำให้ลดปัญหาการมีอำนาจต่อรองที่ไม่เท่าเทียมกัน และการผลิตเพื่อพึ่งตนเองจะช่วยลดการทำลายสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น เกษตรกรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ก็ไม่ต้องพึ่งพ่อค้าคนกลางที่จะมากดราคาสินค้าเกษตรหรือหลอกลวงให้สร้างวัตถุดิบโดยการทำลายสิ่งแวดล้อม จนเราเห็นเป็นภูเขาหัวโล้นมากมายในภาคเหนือ เป็นต้น หากเกษตรกรขยันและมีความรู้ การโดนเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางก็จะหมดไป เพราะเมื่อพวกเขาพึ่งพาตัวเองได้ เขาก็สามารถมีอำนาจต่อรองได้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

๖) หลักความพอเพียง คือ การมีความระมัดระวังในการผลิต การใช้สอยและ การประกอบธุรกิจโดยไม่มีความโลภจนเกินไป เช่น กินอาหารก็กินแค่พออิ่ม ไม่กินจนจุก จนล้น เช่นเดียวกันกับการผลิตสินค้าที่ต้องดูความต้องการของตลาด ให้สินค้าออกมาพอเหมาะพอควร ตามหลักทางสายกลางและความไม่โลภ

๗) หลักแห่งความซื่อสัตย์สุจริต คือการมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ มีความโปร่งใสเป็นธรรม อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล สังคมและประเทศชาติ ซึ่งหลายๆองค์กรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก เช่น SCG มีการประกาศ เป็น Good Governance Organization อย่างชัดเจน ส่วนทางภาครัฐก็มีหน่วยงานที่คอยตรวจสอบองค์กรต่างๆ อย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ ในส่วนขององค์กรต่างๆ ก็มีกฎระเบียบและนโยบายเรื่องความโปร่งใสน้อย่างชัดเจนในการดำเนินกิจการ เช่น การประมูลงาน การคัดเลือกคนเข้ามาทำงาน ทุกอย่างล้วนแล้วแต่มีการกำกับด้วยนโยบายความโปร่งใสตั้งสิ้น

เป็นอย่างไรบ้างครับ กับเรื่องราว 7 หลักธรรมที่ผมได้นำมาแบ่งปันในฉบับนี้ หวังว่าคงจะมีประโยชน์ให้กับท่านที่ได้อ่านไม่มากก็น้อยนะครับ หากชื่นชอบเรื่องราวแบบนี้ ในฉบับหน้าผมจะขอนำเรื่องราวที่ผมเขียนเกี่ยวกับพระพุทธศาสนากับการพัฒนาสังคมที่ผมเห็นว่ามีความประโยชน์ มาแบ่งปันกันอีกนะครับ รอติดตามได้เลยครับ ©TAC



Customer Lifetime Value

ลูกค้าซื้อซ้ำมาก ธุรกิจยิ่งเติบโต (ตอนที่ 1)

เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าและบริการของคุณ เงินที่คุณได้รับขณะนั้นมีค่าสำหรับคุณหรือไม่ แน่นอนผมเชื่อว่าหลายคนต้องตอบว่า “มีค่า” เพราะการขายได้แต่ละครั้ง นั่นคือรายได้ที่จะทำให้ธุรกิจของคุณอยู่รอดและเติบโต

แต่ในความเป็นจริง แทบทุกธุรกิจมักละเลยในการทุ่มเทและใส่ใจที่จะติดตามและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วอย่างจริงจัง สาเหตุอาจจะเพราะว่า คิดว่าลูกค้าคงไม่ซื้ออีก หรือคิดว่าอีกนานกว่าลูกค้าจะกลับมาซื้ออีก เสียเวลาเปล่าๆ หรืออาจจะยุ่งจนไม่มีเวลาไปติดตามดูแล ไม่มีเวลาไปใส่ใจ

ขอยกตัวอย่างธุรกิจรถยนต์ ในธุรกิจรถยนต์เมื่อลูกค้าซื้อรถยนต์ยี่ห้อหนึ่งแล้ว หากรถใช้งานได้ดีตามที่คาดหวัง ได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างดีจากเซลส์หรือทีมลูกค้าสัมพันธ์ และได้รับบริการที่ดีเมื่อนำรถเข้าซ่อมหรือตรวจเช็ค คุณเชื่อหรือไม่ว่าลูกค้าเหล่านั้นมีแนวโน้มที่จะซื้อรถยนต์ยี่ห้อนั้นเพิ่มหรือซื้อซ้ำอีกในอนาคต

หรือธุรกิจร้านอาหารที่มีกาแฟรสชาติดี หรือมีรสชาติพิเศษ สะอาด บรรยากาศดี มีขนมอร่อย ที่สำคัญพนักงานต้อนรับมีอัธยาศัยดี มี service mind ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก (ตรงนี้ขอแนะนำประสบการณ์มาบนนิดหนึ่ง ผมไปทานกาแฟร้านกาแฟร้านหนึ่งมีสาขามากพอควร อะไรๆ ก็ค่อนข้างดี แต่ยุ่งเยอะ แบบนี้ก็ไม่ไหวนะครับ ขาลายกันเลย)

หรือในธุรกิจร้านค้า E-Commerce ต่างๆ หากลูกค้าซื้อสินค้าไปแล้ว ไม่พอใจ อาจจะเนื่องจากโชคไม่ดีไปเจอสินค้า defect เข้า คุณยินดีรับคืนหรือไม่ และหากยินดีรับคืน คุณดำเนินการได้อย่างรวดเร็วหรือไม่ นี่เป็นตัวอย่างเล็กๆ ตัวอย่างหนึ่งที่หลายธุรกิจมักไม่ใส่ใจ เพราะมักคิดว่าลูกค้าคืนสินค้าแสดงว่าลูกค้าคงไม่พอใจและคงไม่กลับมาซื้อสินค้าของคุณอีก

แต่ในความเป็นจริง หลายครั้งแม้ลูกค้าอาจจะได้ประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการใช้สินค้าที่เพิ่งซื้อมา แต่หากได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการดูแลเอาใจใส่ ลูกค้าเหล่านี้ก็มีแนวโน้มจะกลับมาซื้อสินค้าอื่นๆ กับคุณอีกในอนาคตครับ และที่สำคัญอีกประการคุณจะมีโอกาสได้รับการให้คะแนนร้านค้าที่ดี ทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้ลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่าเกิดความมั่นใจที่จะซื้อสินค้าจากร้านของคุณต่อไป

และนี่คือสิ่งที่ผมจะพูดถึงในวันนี้ครับ ซึ่งก็คือ **Customer Lifetime Value (CLV) หรือภาษาไทยคือ “คุณค่าของลูกค้าในระยะยาว” หรือ “มูลค่าของลูกค้าในระยะยาว”** หรือพูดง่ายๆ ก็คือมูลค่ารายได้ที่เราจะได้อย่างต่อเนื่องจากลูกค้าตั้งแต่เริ่มเป็นลูกค้าไปจนเลิกเป็นลูกค้านั่นเอง

ยิ่งระยะเวลาตรงนี้ยิ่งยาวนานเท่าไร ธุรกิจก็จะมีรายได้ต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ นั่นเองครับ

เพราะลูกค้าแต่ละรายที่ซื้อสินค้าคุณ หากชอบ หากประทับใจในสินค้าหรือบริการของคุณ ก็จะกลับมาซื้อซ้ำ ซื้อเพิ่ม อยู่เรื่อยๆ ครับ

ดังนั้นคุณจึงต้องตระหนักว่า รายได้จากการขาย **“ไม่ได้จบเมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อครั้งแรก”** เพราะหากคุณทำให้ลูกค้าซื้อซ้ำ ซื้อเพิ่มได้ **ไม่ว่าในช่วงไหน รายได้จากลูกค้ารายนั้นๆ ก็จะเพิ่มขึ้นอีกหลายเท่าตัว** โดยเฉพาะหากเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง เช่น รถยนต์, อุปกรณ์ก่อสร้างที่ขายให้กับโครงการต่างๆ, เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ ก็จะยิ่งทำให้คุณมีรายได้สูงตามไปด้วยในระยะยาว

ถ้าลูกค้าเก่า ไม่ซื้อซ้ำ ไม่ซื้อเพิ่ม คุณย่อมอยู่ลำบากแน่นอนครับ

การรักษาลูกค้า(เก่า)ไว้ให้ได้มากที่สุด จึงเป็นเรื่องสำคัญมากๆ ไม่ใช่เพียงแต่การต้องคอยหาลูกค้าใหม่เท่านั้น

และที่สำคัญอีกประการก็คือ การขายเพิ่มให้ลูกค้าเก่า นั้นง่ายกว่า การหาลูกค้าใหม่ และค่าใช้จ่ายในการรักษาลูกค้าเก่า นั้นมักต่ำกว่าการหาลูกค้าใหม่ๆ ครับ

และหากคุณเห็นคุณค่าของลูกค้าแต่ละรายที่ซื้อสินค้าหรือบริการของคุณแล้วอย่างจริงจัง ว่าลูกค้าไม่ได้มีแค่ขายได้ครั้งแรก แต่มีค่าอย่างต่อเนื่องในระยะยาว เรามาลองพิจารณาดูกันครับว่า ทำอย่างไรจะทำให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาเป็นลูกค้าของคุณต่อไปนานๆ กัน และซื้อสินค้าและบริการของคุณมากขึ้นได้อย่างไร (ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว)

ขั้นแรก รักษาลูกค้าเก่าให้ได้

สิ่งสำคัญในการจะรักษาลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการ ประการแรกก็คือสินค้าและบริการของคุณต้องมีคุณภาพก่อน หากข้อนี้แย่ ก็คงเหนื่อยที่จะขายซ้ำได้อีก

แน่นอนครับว่าในความเป็นจริงไม่ใช่ทุกคนจะพอใจในสินค้าและบริการ แต่ขอให้เป็นคนส่วนใหญ่มากกว่าที่พอใจ คนส่วนน้อยที่ไม่พอใจบ้าง คุณก็นำ Feedback ที่ได้มาปรับปรุงให้สินค้าหรือบริการของคุณดียิ่งๆ ขึ้นต่อไปก็จะเป็นประโยชน์

สำหรับการรักษาลูกค้าเก่า นั้นทำได้หลายวิธี คุณสามารถเลือกได้ เช่น การทำบัตรสะสมแต้ม (เดี๋ยวนี้ใช้ไลน์ช่วยได้), การให้ส่วนลดพิเศษ, การทำบัตร VIP เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษกว่าลูกค้าทั่วไป, การจัดงานเลี้ยงขอบคุณลูกค้า, การพาลูกค้ารายใหญ่ไปเที่ยวต่างประเทศ และใช้กลยุทธ์การทำ CRM อีกหลากหลายวิธี เป็นต้น

ขั้นที่สอง ช่วยหรือกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

คุณต้องมีกลยุทธ์ที่ดีและเข้าท่าในการที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อซ้ำ ซื้อบ่อยขึ้น ซื้อมากขึ้น หรือซื้อสินค้าหรือบริการอื่นๆ ให้มากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ได้ดังนี้ครับ

Repeat Sales ใช้กลยุทธ์ที่กระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเดิมเพิ่มขึ้นหรือบ่อยขึ้น หรือให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ เช่น แคมเปญส่วนลดที่กำหนดระยะเวลาใช้สิทธิ์, บัตรสะสมแต้ม

Up-Selling ใช้กลยุทธ์ที่กระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น หรือจ่ายเงินเพิ่มขึ้น เช่น จัดโปรซื้อ 2 แถม 1, ธุรกิจท่องเที่ยว เวลาลูกค้าจองห้องพัก ก็เสนอการอัพเกรดห้องพักให้โดยจ่ายเพิ่มอีกเล็กน้อย ธุรกิจร้านอาหารที่มักจัดแพคเกจขาย เช่น ชื้ออาหารพร้อมเครื่องดื่มและของหวาน จะได้ราคาพิเศษ ลูกค้าก็จะรู้สึกคุ้มค่า หรือโทรศัพท์มือถือที่มีให้เลือกหน่วยความจำแบบ 64G และ 128G โดยมีราคาต่างกันเล็กน้อย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อรุ่นที่แพงกว่า

Cross-Selling ใช้กลยุทธ์ที่กระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการอื่นๆ เพิ่มขึ้น อาจเป็นสินค้าหรือบริการของเราเองหรือสินค้าหรือบริการของพันธมิตรก็ได้ เช่น ธุรกิจธนาคารที่ชอบใช้บ่อย เช่น เสนอขายประกันชีวิตพ่วงเปิดบัญชี หรือเสนอขายทำบัตรเครดิตให้ผู้ที่มาฝากเงิน, หรือจะใช้โปรโมชั่นขายพ่วง ก็ได้ เช่น ทุ้เงินกับธนาคารจะได้รับส่วนลดพิเศษในการทำประกันภัยบ้าน

คุณลองเลือกกลยุทธ์ต่างๆ ข้างต้นไปปรับใช้ให้เหมาะกับธุรกิจของคุณดูนะครับ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าของคุณได้มีโอกาสซื้อเพิ่มขึ้น ซื้อมากขึ้น ทั้งแบบต่อหน้าและแบบต่อเนื่อง **อย่างไรก็ตามที่สำคัญมากๆ อย่ายึดเยียด อย่าสร้างความรำคาญ และขอให้สิ่งที่คุณจะเสนอเพิ่มนั้นมีคุณค่าต่อลูกค้าจริงๆ** ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจครับ แม้ว่า จะต้องจ่ายมากขึ้นก็ตาม

พอกันในตอนหน้า จะเจาะลึกในเรื่อง Customer Lifetime Value ให้ฟังกันครับ ©TAC



ปลุกไฟ ในการทำงาน ให้ลุกโชน

จะดีแค่ไหน หากเราสามารถปลุกไฟในการทำงาน
ที่เต็มไปด้วยความรู้สึกตื่นเต้นและมีความสุข ราวกับ
ว่าเราเพิ่งจะเข้าไปทำงานในองค์กรนี้เป็นวันแรก

หากท่านใดกำลังรู้สึกว่าคุณเองเริ่มหมดไฟในการ
ทำงาน ผู้เขียนขอแนะนำวิธีการสร้างแหล่งจ่าย
กระแสไฟ เพื่อให้คุณนำไปชาร์จเพื่อปลุกไฟในการ
ทำงานให้ลุกโชนอยู่เสมอ ประกอบด้วย **หลักการ
ทำงาน 3 ข้อ หรือ ABC** ดังนี้ค่ะ

A. Alignment หลักความสอดคล้อง

ตรวจเช็คความสอดคล้องระหว่างตัวเรากับสิ่งที่
เราทำ ให้มองหาความเชื่อมโยงกันให้มากที่สุดเท่าที่
จะทำได้ระหว่าง องค์กร งาน และ ตัวเรา โดยดูว่า
มีอะไรบ้างที่สอดคล้องตรงกัน ยังมีมากเท่าใด เรา
จะมีไฟในการทำงานได้มากเท่านั้น ตัวอย่างเช่น
เหตุใดเราจึงชอบองค์กรที่เราทำงานอยู่ วิสัยทัศน์
ค่านิยม หลักการ วิธีการทำงานส่วนใดบ้างที่เราชอบ
มากเป็นพิเศษ เช่น เราชอบค่านิยม “การยอมรับ
และให้เกียรติผู้อื่น” มาก เพราะเราเชื่อว่าเป็นสิ่งที่มี
คุณค่ามากในการทำงาน

จากนั้นให้ตั้งคำถามต่อว่า เราจะนำค่านิยมข้อนี้มา
ช่วยให้เราทำงานให้มีประสิทธิภาพและมีความสุข
ได้อย่างไร

โดยนำคำตอบที่ได้มาสร้างเป็นแนวทางในการทำงานในแต่ละวัน โดยเน้นการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่างๆ ในการทำงาน เช่น เราจะแสดงออกอย่างไร พูดจาแบบไหน สื่อสารกับผู้อื่นอย่างไร แสดงความคิดเห็นหรือปฏิเสธอย่างไร เพื่อแสดงให้เห็นว่าเรายอมรับและให้เกียรติผู้อื่นเป็นสำคัญ ทุกครั้งที่เราแสดงออกถึงค่านิยมข้อนี้ ขอให้ประเมินดูว่า เราทำได้ดีแค่ไหน เรารู้สึกดีอย่างไร ผลดีที่เกิดขึ้นมีอะไรบ้าง คนอื่นเขามีปฏิกิริยาตอบรับอย่างไร ยังมีส่วนไหนบ้างที่เราต้องปรับปรุงให้ดีขึ้นอีกในครั้งต่อไป

B. Be Your Best Self หลักคุณค่าแห่งตัวตน

โดยนำจุดแข็งและความเชี่ยวชาญออกมาใช้ให้มากที่สุด การทำงานคือโอกาสที่เราจะได้พิสูจน์ความสามารถ ได้แสดงความคิดเห็นใหม่ๆ และได้นำคุณลักษณะเด่นในตัวเรามาออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่ในสถานการณ์ต่างๆ ขอให้เก็บความรู้สึกดีๆ ในแต่ละโอกาสในการทำงานและนำมาตอกย้ำความทรงจำของเราทุกครั้งเมื่อต้องการชาร์จไฟให้ตนเอง ไม่ว่าจะเป็นความมุ่งมั่นตั้งใจที่เรามีตั้งแต่วันสัมภาษณ์ ความภูมิใจในวันแรกที่ก้าวเข้ามาในองค์กร รวมถึงวันดีๆ ที่เรามีความสุขที่สุด หรือความรู้สึกภูมิใจที่สุดในการทำงาน เป็นต้น

เพราะเรื่องราวดีๆ เหล่านี้ถือเป็นพลังใจชั้นดีที่เราควรที่จะนำมาย้ำเตือนและชื่นชมตนเองอยู่เสมอ

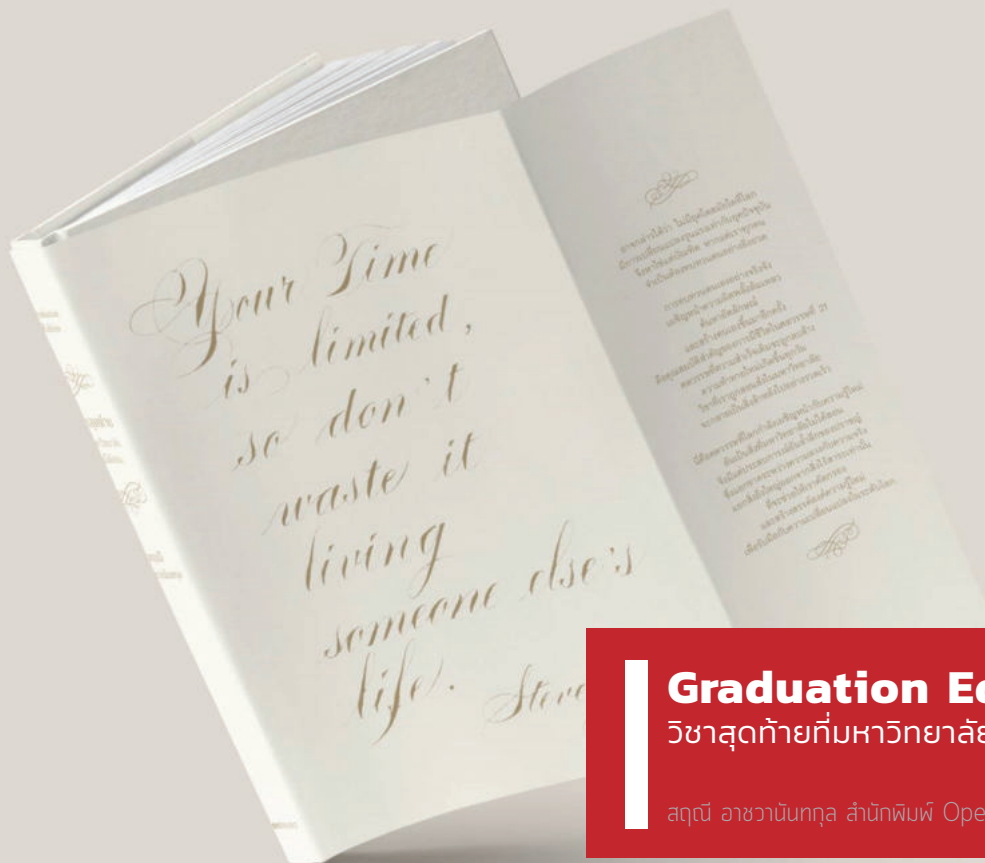
C. Collaboration หลักการทำงานร่วมกันเป็นทีม

เริ่มจากการยอมรับกฎพื้นฐานว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม การอยู่ร่วมกันและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ถือเป็นกระบวนการสร้างการยอมรับในคุณค่าของกันและกันในสังคมการทำงานที่ดีมาก

ที่สำคัญ การทำงานยุคนี้ทำคนเดียวแก้ไขคนเดียวไม่เพียงพอแล้ว การยึดหลักการทำงานร่วมกันเป็นทีมจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้การทำงานที่ยุ่งยากซับซ้อนสำเร็จได้อย่างราบรื่นมากที่สุด เมื่อคนในทีมมารวมกันย่อมเกิดความหลากหลายทางความเชี่ยวชาญ ที่จะช่วยให้ทีมร่วมกันออกความคิดเห็นที่แตกต่าง การเปิดใจรับฟังผู้อื่น พร้อมนำความคิดที่ดีที่สุดที่เป็นเสียงส่วนใหญ่มาปรับใช้และต่อยอดเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เห็นแล้วใช่ไหมคะว่า เราทุกคนสามารถปลุกไฟในการทำงานด้วยตนเองได้ทุกวัน ด้วยการนำหลักการทำงาน 3 ข้อนี้ มาปรับใช้อย่างเป็นรูปธรรมอยู่เสมอ การทำงานที่เต็มไปด้วยพลังแห่งความสุขและตื่นเต้นเหมือนวันแรกของการทำงานก็จะเกิดขึ้นกับเราได้ ©TAC

**เราทุกคนสามารถปลุกไฟ
ในการทำงานด้วยตนเอง
ได้ทุกวัน ด้วยการนำหลัก
การทำงาน 3 ข้อนี้ มา
ปรับใช้อย่างเป็นรูปธรรม
อยู่เสมอ**



Graduation Edition

วิชาสุดท้ายที่มหาวิทยาลัยไม่ได้สอน

สฤณี อาชวานันทกุล สำนักพิมพ์ Openbooks

วิชาสุดท้ายที่มหาวิทยาลัยไม่ได้สอน เป็นการรวบรวมบทเรียนชีวิตที่ผู้นำทางความคิดระดับโลกมอบให้แก่บัณฑิตในวันรับปริญญาของมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยการตีพิมพ์ในครั้งที่ 33 นี้ เป็นฉบับ Graduation ที่มาพร้อมหน้าปกที่คัดสรรคำคมจาก 3 บุคคลชั้นนำ ใน 3 แบบปก Winston Churchill, J.K. Rowling และ Steve Job

ข้อความที่ผู้นำทางความคิดเหล่านั้นได้ให้กับบัณฑิตเป็นการกลั่นจากประสบการณ์ชีวิตของเขาเอง จึงเป็นเหมือนเข็มทิศให้กับชีวิตของบัณฑิต โดยการเล่าเรื่องของแต่ละคนนั้นมีความกินใจ สร้างแรงบันดาลใจ และมีความเป็นสากล **ซึ่งการถ่ายทอดเหล่านั้นมิได้มอบเพียง “สูตรสำเร็จ” ให้ แต่เป็นการสะท้อน “ความล้มเหลว” ที่เกิดขึ้นกับตัวเอง และมองมันอย่างมีคุณค่า เป็นพลังต่อการก้าวข้าม เพื่อดำรงชีวิตต่อไป**

สุนทรพจน์สำคัญที่ได้รับการกล่าวขวัญอย่างมากที่สุดในโลกคงหนีไม่พ้นการกล่าวของสตีฟ จอบส์ ผู้ก่อตั้งแอปเปิล บริษัทที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดในปัจจุบัน ตั้งแต่ปี 2005 หรือกว่า 15 ปีมาแล้วที่ Stanford University ซึ่งถึงคำคมสำคัญที่ว่า **“Stay Hungry, Stay Foolish” “อย่าทิ้งความกระหาย อย่าคลายความซื่อ”**

หนังสือเปิดเล่มด้วยสุนทรพจน์ของวินสตัน เชอร์ชิลล์ อดีตนายกรัฐมนตรีอังกฤษที่กล่าวไว้ตั้งแต่เมื่อปี 1941 ว่า “จงอย่ายอมแพ้ อย่ายอมแพ้ อย่ายอม อย่ายอม อย่ายอม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสำคัญหรือเรื่องเล็กน้อย เรื่องใหญ่หรือเรื่องขี้ผง อย่ายอมแพ้ ยกเว้นต่อสำนึกในศักดิ์ศรี (Honor) และความรู้สึกผิดชอบชั่วดี (Good sense) ของตัวเธอเอง โดยเนื้อหาประกอบไปด้วย 22 บทเรียนจากสุนทรพจน์สำคัญ ไม่ว่าจะเป็น Bill Gates (2007, June 7, Harvard University) David Foster Wallace (2005, May 21, Kenyon University) J. K. Rowling (2008, June 5, Harvard University) Guy Kawasaki (2000, May 20, Babson College) หรือ Barack Obama (2008, May 25, Wesleyan University) เป็นต้น

ทั้งหมดเป็นสุนทรพจน์ที่กล่าวในวันรับปริญญา เปรียบเสมือนการกล่าวถึงชีวิตภาคต่อหลังจากจบ “ปริญญา” ที่ไม่เพียงบัณฑิตเท่านั้น แต่อาจเป็นใครก็ตามที่ต้องการทบทวนตัวเองเพื่อการเดินหน้าต่อไปในโลกยุคที่การเปลี่ยนแปลงรุนแรงกว่ายุคใด ©TAC

MEET THE DOG
WHO WILL SHOW THE WORLD
HOW TO BE HUMAN

The Art of Racing in the Rain จุนใจหัวใจตูบ (2019)

by Kevin Costner, Milo Ventimiglia, Jackie Minns

จากนิยายขายดีของ การ์ริ สเตน ที่ New York Time ยกให้หนังสือเล่มนี้ติดอันดับ Best Seller นานถึง 156 สัปดาห์
สู่ภาพยนตร์

The Art of Racing In The Rain เรื่องราวของครอบครัวหนึ่งที่ถูกละเลผ่านมุมมองของ เอ็นโซ (พากย์เสียงโดย
เควิน คอสเนอร์) สุนัขที่ถูกรับมาเลี้ยงโดย เดนนี่ หมู่นักแข่งรถมือฉมัง จากสายตาการมองของเอ็นโซ สุนัขตัวนี้
ผูกพันกับเจ้านายมันอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งเดนนี เริ่มตกหลุมรักกับ อีฟ อาจารย์สอนภาษาบาลีดี พวกเขาทั้งสอง
เริ่มก่อร่างสร้างตัว เริ่มแต่งงานและสร้างครอบครัวเล็กๆ ด้วยกัน โดยมีเอ็นโซเป็นหนึ่งในสมาชิกคนสำคัญ

เป็นภาพยนตร์ที่มีจังหวะการเล่าเรื่องค่อนข้างดี ผ่านเสียงการเล่าของลุงเควิน คอสเนอร์ ที่ทำให้เรารู้สึกอบอุ่น และ
ผูกพันกับครอบครัวนี้มากขึ้นเรื่อยๆ เรื่องนี้มีอารมณ์หลากหลายที่สามารถทำให้เรายิ้ม เศร้า และอบอุ่นใจ ยิ่งใครที่มี
สัตว์เลี้ยงด้วยแล้วยิ่งสัมผัสได้ถึงความรู้สึกที่อบอุ่นนี้ เพราะสำหรับเราสัตว์เลี้ยงไม่ใช่แค่สัตว์เลี้ยง แต่เขาคือเพื่อน คือ
คนที่รัก คือสมาชิกคนหนึ่งที่สำคัญมากๆ ในครอบครัว ©TAC



Flexitarian

วีแกน (Vegan) คือหนึ่งในกลุ่มชาวมังสวิรัตที่ไม่บริโภคอาหารที่มาจากสัตว์ บางคนอาจเคร่งครัดมาก ๆ ชนิดที่ว่าไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่มาจากสัตว์หรือทดลองกับสัตว์ ตั้งแต่เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องสำอาง เรียกได้ว่าชาววีแกนบริโภคเฉพาะอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากพืช ผลไม้และธัญพืชแบบ 100%

จากข้อมูลของ The Vegan Society เผยว่าปีที่ผ่านมา ความนิยมในเทรนด์วีแกนจากทั่วโลกเพิ่มสูงมากถึง 987% จากปี 2017 แต่ทั้งนี้งานวิจัยโดย Humane Research Council พบว่า 5 ใน 6 ของกลุ่มคนทานมังสวิรัตและวีแกนล้มเลิกความตั้งใจกลางคัน สาเหตุเกิดจากการบริโภคแบบ Full-time นั้น อาศัยความอดทนอย่างมาก ทำได้ยาก และรบกวนวิถีชีวิตประจำวัน ล่าสุดจึงเกิดวิถีทางเลือกกินมังสวิรัตที่สามารถดูแลโลก ดูแลร่างกาย แบบไม่เคร่งครัดมากเกินไปที่มีชื่อเรียกว่า Flexitarian หรือการกินมังสวิรัตแบบยืดหยุ่น ซึ่งนิยมไปทั่วโลก รวมทั้งบ้านเราด้วยนั่นเอง

คำว่า **Flexitarian** ถือว่าเป็นศัพท์บัญญัติใหม่ที่เพิ่งถูกเพิ่มลงใน Oxford English Dictionary ตอนปี 2014 โดยที่ Dawn Jackson Blatner ผู้เขียนหนังสือเกี่ยวกับ Flexitarian Diet เล่มแรกได้ให้คำนิยามของวิถีการกินนี้ไว้ว่า “คุณสามารถเรียกมันว่าการกินแบบ ‘เกือบจะมังสวิรัต’ ก็ได้ เพราะนี่คือวิถีการกินที่คุณยังสามารถได้รับประโยชน์ของการกินอาหารแบบมังสวิรัต ไปพร้อมๆ กับการเพิ่มโปรตีนจากเนื้อสัตว์ในบางโอกาส” ©TAC