

TRIS ACADEMY CLUB

พฤศจิกายน 2562

Issue 26

ต่อยอดนวัตกรรม
ด้วย THAINESS

พ่อครัว 4.0

เครื่องปรุงอาหารอัตโนมัติ

The Moment of Truth

แว็บเดียวก็สำคัญ

**สร้างโอกาสเติบโต
บนกระแส**

4.0

CAPTURING OPPORTUNITIES THROUGH THE WAVE OF 4.0

อีลอน มัสก์ (Elon Musk) กล่าวในงาน **The WAIC 2019 (World Artificial Intelligence Conference)** ว่าทุกวันนี้ มนุษย์ไม่สามารถต่อกรกับ AI ได้อีกต่อไป และการที่เราไม่สามารถต่อกรกับ AI ได้นั้น มนุษย์เราก็ควรหาทางอยู่ร่วมกับ AI ให้ได้

ซึ่งหนึ่งในหนทางการอยู่ร่วมกับ AI อาจเป็นการผนวกเทคโนโลยีเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของตัวเรา และนั่นนำไปสู่การเฝ้าชื่อ Neuralink หนึ่งในโปรเจกต์สำคัญของเขา ที่เป็นการพัฒนารูปแบบการอัปโหลดข้อมูลเข้าสู่สมองมนุษย์

อีลอน มัสก์ เป็นนักธุรกิจผู้สร้างนวัตกรรมระดับโลก เกิดในแอฟริกาใต้ และใช้ชีวิตวัยเด็กขลุกตัวอยู่กับคอมพิวเตอร์และเรียนรู้การเขียนโปรแกรมด้วยตัวเอง จนสามารถเขียนโค้ดวิดีโอเกมขายได้ตั้งแต่อายุ 12 ปี

เขาเริ่มต้นทำธุรกิจครั้งแรกในชื่อ Zip2 Corporation ซึ่งเป็นเว็บไซต์จัดหาข้อมูลออนไลน์ ก่อนที่จะโดน Compaq Computer ซื้อไปด้วยมูลค่ากว่า 307 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 9,800 ล้านบาท โดยได้รับเงินส่วนแบ่งจากการถือหุ้นในครั้งนั้นถึง 22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราว 704 ล้านบาท **ทำให้เขากลายเป็นมหาเศรษฐีด้วยวัยเพียง 28 ปี** และกลายเป็นเงินทุนที่นำมาต่อยอดสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่สร้างความฮือฮาในระดับโลกมากมาย ไม่ว่าจะเป็น PayPal, SpaceX, Tesla, Solar City และ Hyperloop จนได้รับฉายา Iron Man ในโลกจริง

**“ Humanity Is a Kind of
‘Biological Boot Loader’ for AI ”**

— *Elon Musk*



TRIS ACADEMY CLUB MAGAZINE #26

พฤศจิกายน 2562

บรรณาธิการบริหาร	ดร.สุรเดช จงวรรณศิริ
ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร	พลอยนิชชา จารุศิริยุทธกุล 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



11.11 กลายเป็นตัวเลขที่น่าตื่นเต้นสำหรับแวดวงการค้าการขายในโลกยุคดิจิทัลนี้

ตัวเลขดังกล่าว คือรหัสที่นำมาใช้เป็นเทศกาลที่โลกตะวันออกใช้เฉลิมฉลองผ่านการช้อปปิ้งออนไลน์นั่นเอง ซึ่งก็คือการลดราคาสินค้าต่างๆ ครั้งใหญ่ด้วย "วันคนโสด" หรือ Single day บนวันที่ในปฏิทินคือวันที่ 11 เดือนพฤศจิกายนนั่นเอง โดยวันคนโสดดังกล่าวก็เป็นการแทนความหมายของตัวเลขที่มีแต่เลข 1 ถึง 4 ตัวนั่นเอง **ทำให้บริษัทอีคอมเมิร์ซยักษ์ใหญ่ของโลกอย่าง Alibaba.com นำมาใช้เป็นเหตุในการลดราคาสินค้าประจำปี** เพื่อให้เกิดการใช้จ่ายของผู้บริโภค (คนโสด) ที่จะใช้วันนี้ในการช้อปปิ้งให้ตัวเอง เนื่องจากไม่มีเทศกาลใดที่คนโสดเหล่านั้นจะช้อปปิ้งให้คนรักได้ (ไม่ว่าจะเป็นวันเกิด วันครบรอบ หรือวันสำคัญอื่นๆ ของกันและกัน)

การกำหนดเทศกาลลดราคาดังกล่าวของ Alibaba.com เริ่มต้นขึ้นในประเทศจีนเมื่อปี 2009 เพื่อเพิ่มการใช้จ่ายของกลุ่มคนที่ไม่มีเหตุให้ใช้จ่าย **ให้ใช้จ่ายมากขึ้น** และก็ประสบความสำเร็จมากขึ้นเรื่อยๆ แม้ขยายการใช้เทศกาลนี้ไปสู่ผู้ประกอบการทั้งออนไลน์และออฟไลน์ในภูมิภาคเอเชียจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ในฟากฝั่งตะวันตกนั้น ทุกคนจะทราบว่ามีเทศกาลแห่งการช้อปปิ้งมีหลายวัน ไม่ว่าจะเป็น Black Friday, Cyber Monday และ Amazon Prime Day แต่เมื่อเทียบกันแล้ว ในปัจจุบัน 11.11 มียอดการขายสูงกว่าทุกเทศกาลดังกล่าวของตะวันตกรวมกันทั้งหมด **มากกว่า 2.5 เท่า** นั้นย่อมแสดงถึงความสำเร็จอย่างแท้จริงของกลยุทธ์ทางการตลาดนี้ รวมทั้งยังมีความพยายามขยายรหัสเทศกาลไปยังเดือนอื่นๆ อย่างเช่น 9.9 ในช่วงหลังๆ

สำหรับสถิติที่น่าสนใจของ Alibaba.com ใน 11.11 ปีนี้ที่เพิ่งผ่านไปนั้น มีดังนี้ครับ

- ยอดขายรวม 10,000 ล้านหยวนหรือประมาณ 4.3 หมื่นล้านบาท ทำสถิติเร็วที่สุดด้วยเวลา 1 นาที 36 วินาที
- 30,000 ล้านหยวน ในเวลา 5.25 นาที 50,000 ล้านหยวน ในเวลา 12.49 นาที และทะลุ 100,000 ล้านหยวนได้ในเวลา 1 ชั่วโมง 3 นาที 59 วินาที
- หลังจากนั้น ผ่านไป 16 ชั่วโมง สามารถทำยอดรวมได้สูงกว่าสถิติเดิมปี 2018 ที่ 2.15 แสนล้านหยวน
- และเมื่อครบ 24 ชั่วโมงของการช้อปปิ้ง 11.11 ในปี 2019 สรุปว่า Alibaba.com สามารถทำยอดขายรวมไปทั้งหมด 2.684 แสนล้านหยวนหรือประมาณ 1.16 ล้านล้านบาท

เช่นเดียวกันกับตลาดของไทยที่มีสองผู้เล่นออนไลน์ช้อปปิ้งรายใหญ่ อย่าง Lazada (ของ Alibaba.com) และ Shopee (บริษัทสิงคโปร์) ก็ต่างทำสถิติกันในตลาดนี้ด้วยเช่นกัน โดย Lazada ได้เปิดเผยว่ามียอดการค้าเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าเมื่อเทียบกับปี 2018 และ Shopee ก็เตรียมที่จะต่อยอดเก็บตกไปยังเทศกาล Birthday ของตัวเองในวันที่ 12.12 ด้วย

นี่คือความน่าสนใจอย่างยิ่งของ **"นวัตกรรม" ที่ถือได้ว่าเป็นระดับ Disruptive Innovation** ในการสร้างยอดขายจากเทศกาลที่กำหนดขึ้นและได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง (คนโสด) ไปจนถึงตลาดในวงกว้างได้ (ที่ต่างก็ต้องการซื้อของ Sales!) ในยุคที่การช้อปปิ้งนั้นสามารถใช้เพียงไม่กี่คลิกบนสมาร์ตโฟนของคุณ..

ดร.สุรเดช จงวรรณศิริ

บรรณาธิการบริหาร

suradej@tris.co.th

CONTENTS



2 Management Quotes

"Humanity Is a Kind of 'Biological Boot Loader' for AI."
.. **Elon Musk**

3 Editor's Talk



5 Big Story

สร้างโอกาสเติบโต
บนกระแส 4.0



11 NEWS

ข่าวกิจกรรมทริส

14 Innovation is the only way to win

ต่อยอด "นวัตกรรม"
ด้วย THAINESS

16 Smart Work

รู้จักตัวเองและผู้อื่นด้วย DISC

18 IT & Digital

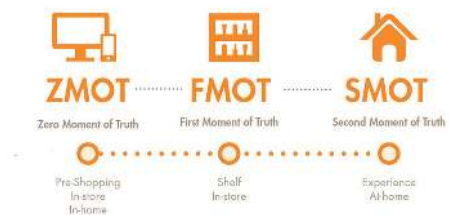
พ็อคครัว 4.0
เครื่องปรุงอาหารอัตโนมัติ

20 PR.

งานสัมมนาทรูสคาคาเดมี่

21 Creative Marketing

The Moment of Truth
เว็บเดียวที่สำคัญ



24 Leadership Challenges

เลือกมีความสุขได้
ในที่ทำงาน

26 Work with Joy

Engagement
ทำไมต้องแต่งงาน

28 Entrepreneurship & Technology

Entrepreneurship In The 4IR
(ตอนที่ 2)

30 Good Books

POWERFUL
ทำไม NETFLIX ถึงมีแต่คนโคตรเก่ง

31 Inspiring Movies

The Professor and the Madman
ศาสตราจารย์กับปราชญ์วิกลจริต

32 Buzzwords

web 2.0

CAPTURING OPPORTUNITIES THROUGH THE WAVE OF 4.0

สร้างโอกาสเติบโต บนกระแส 4.0

ทุกองค์กรต้องปรับเปลี่ยนตัวเองให้ทันต่อยุค 4.0 เพื่อความอยู่รอดและเติบโต

เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายนที่ผ่านมา ทริส คอร์ปอเรชั่นได้จัดสัมมนาผู้บริหารองค์กรในหัวข้อ **CAPTURING OPPORTUNITIES THROUGH THE WAVE OF 4.0** หรือสร้างโอกาสเติบโตบนกระแส 4.0 โดยมุ่งหวังให้เกิดความตระหนักและเรียนรู้กับประเด็นสำคัญที่ทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของแต่ละองค์กร

วิทยากรประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ จากต่างประเทศและในประเทศ รวมทั้งการแบ่งปันประสบการณ์การพัฒนานวัตกรรมจากองค์กรชั้นนำ ซึ่งขอสรุปในบางประเด็นสำคัญมานำเสนอในครั้งนี้



ก้าวสู่โลกของข้อมูลไม่จำกัด (The Power of Big Data for a New Economy)

รศ.ดร.รณชาติ นุ่มนนท์ อดีตผู้อำนวยการสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI)

Big Data เป็น 1 ในเทรนด์ที่บริษัททั่วโลกให้ความสำคัญ โดย Big Data สามารถช่วยองค์กรในการตัดสินใจทางธุรกิจ ปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ และสามารถใช้ข้อมูลเป็นสินทรัพย์ ต่อยอด หรือ Transformation ธุรกิจได้ อาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลมีคุณค่ามากกว่า Business Model แบบเดิมๆ (Data is more than the traditional business model)

ดังนั้นจะเห็นบริษัทที่ใช้กลยุทธ์ในการทำธุรกิจที่สร้างความได้เปรียบในเรื่องข้อมูล โดยยอมขาดทุนในช่วงแรก เช่น Line Man, Get หรือ Grab ที่จัดเป็น Data Company ซึ่งพยายามสร้างแรงจูงใจทางการตลาดเพื่อดึงผู้ใช้งานให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเหนือคู่แข่ง สามารถดึงดูดให้ฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นและสร้างรายได้ที่มากขึ้นตามมา

รศ.ดร.รณชาติ มองว่าสำหรับประเทศไทยนั้น Big Data ยังเป็นเพียง Buzz Word ที่ถูกนำไปพูดกันอย่างแพร่หลาย แต่บริษัทที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยยังมีน้อย โดยอุปสรรคที่สำคัญสำหรับองค์กร ได้แก่ การมีข้อมูลไม่เพียงพอ การได้มาและคุณภาพของข้อมูล การมีข้อมูลที่กระจายหลากหลายรูปแบบ ตลอดจนมีข้อมูลกระจายหลายที่หลายหน่วยงาน จึงแนะนำว่าองค์กรควรมองหาโอกาสจากข้อมูลภายในก่อน โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยรวบรวมข้อมูลที่กระจัดกระจายหลายรูปแบบภายใต้หลายหน่วยงาน

ในขณะที่ผู้บริหารต้องกำหนดบทบาทความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่ชัดเจน และต้องสร้าง Data Driven Culture ให้บุคลากรเห็นประโยชน์ในการสร้างข้อมูลที่มีคุณภาพและใช้ประโยชน์ร่วมกัน **ที่สำคัญ รศ.ดร.รณชาติ ให้คำแนะนำว่าผู้บริหารควรเริ่มจากการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางในการทำ Big Data ที่ชัดเจนก่อน โดยเริ่มจากการระบุเป้าหมายที่แท้จริงของการทำธุรกิจก่อน แล้วจึงมองหาข้อมูล และเทคโนโลยีที่จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายนั้น**

สุดท้ายได้เน้นย้ำเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จในการทำ Big Data ให้แก่องค์กร ว่าขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งทีมทำงาน Big Data ต้องมีความสามารถในการบริหารความคาดหวังของผู้บริหาร การมีทีมงานที่มีความสามารถทาง Data Science ต้องอาศัยผู้ที่เชี่ยวชาญด้านธุรกิจขององค์กรและผู้ที่มีความรู้ด้านคณิตศาสตร์และสถิติ ผนวกกับด้านเทคโนโลยีมาทำงานร่วมกัน ซึ่งแนวโน้มองค์กรอาจต้องทำ Citizen Data Science โดยการหา Talent จากฝ่ายงานต่างๆ ขององค์กร การกำหนด Use case และกำหนด Criteria ในการทำ Big Data ที่ชัดเจน ทั้งนี้องค์กรควรเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับองค์กรที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ในอนาคต ประเมินความคุ้มค่าในการลงทุน และตั้งเป้าหมายที่เป็นไปได้ หากโปรเจกต์เริ่มต้นสำเร็จก็สามารถขยาย Scope ของการทำ Big data ต่อไป



พร้อมรับความเสี่ยงใหม่ในยุคดิจิทัล (Embracing Future Risks in Digital Era)

ดร.ปริญญ์ หอมเนก ประธานและผู้ก่อตั้ง ACIS Professional Center (ACIS)

ในยุคดิจิทัลหรือ Cyber Age นี้มี 4 องค์ประกอบสำคัญที่เรียกว่า The Nexus of Disruptive Forces ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่างๆ ทั้งนี้ 4 ประเด็นสำคัญเหล่านั้นหรือ S-M-C-I ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบแรก คือ

S หรือ Social ที่ทำให้เกิด Circles of Influence

M หรือ Mobile ที่ทำให้เกิด Pervasive Access

C หรือ Cloud ที่ทำให้เกิด Global-Class Delivery

I หรือ Information ที่ทำให้เกิดเรื่องของ Big Data

ทั้งนี้ ทั้ง 4 องค์ประกอบจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การใช้บริการต่างๆ เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลง่ายขึ้น มีการบอกต่อ แชร์ประสบการณ์ในการใช้สินค้าและบริการ ตลอดจนการใช้งานระบบ Cloud ในการจัดเก็บข้อมูลทั้งส่วนตัวและข้อมูลองค์กร ซึ่งทำให้เกิดเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ที่จะเป็นประโยชน์ให้แก่องค์กรที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการต่อยอดธุรกิจได้

ในขณะที่โลกกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีครั้งใหญ่ ทำให้เกิด Disruptive Technology ใน 5 หัวข้อใหญ่ ได้แก่ **1) IoT (Internet of Things) 2) Big Data Analytics 3) AI and Machine Learning 4) Blockchain และ 5) Cybersecurity, Cyber Resilience & Data Privacy**

ซึ่งพบว่า ในด้านสุดท้าย คือทั้งความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) ความสามารถในการเตรียมตัวและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Cyber Resilience) และข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) นั้น เป็นรากฐานของ Disruptive Technologies อื่นๆ ดังกล่าว การให้ความสำคัญกับ 3 เรื่องสำคัญนี้ขึ้น จึงเปรียบเสมือนการสร้างบ้านให้มีเสาเข็มที่แข็งแรง

ดังนั้นรัฐบาลในหลายๆ ประเทศรวมทั้งรัฐบาลไทย จึงให้ความสำคัญกับเรื่อง Cybersecurity และ Data Privacy โดยเฉพาะรัฐบาลไทยที่ได้มีการออกพระราชบัญญัติ พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งหลายประเทศในโลกได้มีการบังคับใช้ Cybersecurity Act และ Data Protection Act ดังกล่าวนี้นี้ด้วยเช่นกัน

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลหรือ Digital Transformation นั้น **เราจำเป็นต้องทำความเข้าใจองค์ประกอบ Disruptive Forces ทั้ง 4 องค์ประกอบ และ Disruptive Technologies ทั้ง 5 องค์ประกอบนี้เสียก่อน** เพื่อให้เข้าใจถึง “สภาวะไซเบอร์” ที่มีอินเทอร์เน็ตเป็น Infrastructure หรือโครงสร้างพื้นฐาน ในปัจจุบันโลกกำลังเปลี่ยนแปลงจาก Digital Economy ไปสู่ Data Economy และกำลังเปลี่ยนแปลงจาก Data Economy ไปสู่ Crypto Economy โดยได้ยกตัวอย่าง Facebook ที่มีการประกาศออกเหรียญคริปโต Libra ซึ่งส่งผลกระทบต่อรัฐบาลและธนาคารกลางทั่วโลก รวมทั้งอาจส่งผลให้เกิดปัญหา Cyber Sovereignty หรืออธิปไตยไซเบอร์ได้ในอนาคต

ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสู่ความเติบโตใหม่ (Driving Transformation to the New Growth)



Thailand

40th /141

Global Competitiveness Index 4.0 2019 edition

Rank in 2018 edition: 38th/140

ความสามารถทางนวัตกรรม



ดร.สุรเดช จอจวรรณศิริ

TRIS Academy of Management
บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด

“การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่ WEF ประกาศออกมาเมื่อไม่นานมานี้ โดยไทยมีอันดับลดลงจาก 38 ไปอยู่ที่ 40 และเมื่อไปดูในรายละเอียด สำหรับในการจัดอันดับนั้น ตั้งแต่ปี 2018 WEF ได้มีการเปลี่ยนแปลง Index ใหม่ เป็น Global Competitive Index 4.0 และหัวข้อสำคัญที่เปลี่ยนแปลงและให้ความสำคัญมากขึ้นคือใน Pillar 12 Innovation Capability หรือความสามารถทางนวัตกรรมนั้น เป็นด้านเดียวที่ประเทศเรามีคะแนนต่ำกว่า 50 (จาก 100 คะแนน) เป็นจุดอ่อน โดยมีองค์ประกอบย่อยในเรื่องของการวิจัยและพัฒนา การประดิษฐ์สิ่งใหม่ รวมถึงการยื่นขอสิทธิบัตร”

“อยากจะให้ความคิดของผู้ประกอบการทั้งหมดมีคำว่านวัตกรรมอยู่ในองค์กรมมากขึ้น ซึ่งเรามองคำว่านวัตกรรมมากกว่า R&D หมายความว่าเราทุกคนในองค์กรนั้นสามารถสร้างนวัตกรรมได้ ซึ่งจากองค์ประกอบที่กล่าวถึงในภาพรวมของประเทศเรานั้น จะเห็นเงินลงทุนใน R&D จะเห็นว่าตัวเลขดีอยู่ เพราะรัฐบาลก็เพิ่มการสนับสนุนมากขึ้นเรื่อยๆ และตัวเลขที่ต่ำอีกตัวหนึ่งคือการจดสิทธิบัตร แสดงว่าเงินที่เราลงไป R&D ไม่ได้หมายความว่าเราได้สิทธิบัตรตามเงินที่เราลงไป ในเมืองนอกตัวเลขในการจะสิทธิบัตรและ R&D ที่เยอะ มาจากเอกชนทำวิจัย แต่ของเราในอดีตภาครัฐจดทะเบียนเยอะมากถึง 70% แต่ปัจจุบันนี้เหลือ 60: 40 แสดงว่าภาครัฐทำวิจัยน้อยลงและส่งเสริมเอกชนทำวิจัยมากขึ้น ซึ่งเราก็พยายามทำให้ตัวเลขเหล่านี้มันดีขึ้น แต่ถามว่าเราทำดีขึ้นแต่ทำไมตัวเลขจากอันดับมันแย่งลง เพราะว่าไม่ใช่เราคนเดียวที่ทำได้ขึ้น แต่ประเทศอื่นเค้าก้าวได้ไวกว่าเรา ตัวเลขจึงออกมาแบบนี้ ซึ่งสำนักงานฯ ก็พยายามขับเคลื่อนเรื่องนี้ แต่ที่สำคัญคือ เราทุกคนต้องร่วมมือกัน”

“สำหรับหน่วยงานภาครัฐนั้น มักจะติดกับข้อบังคับ ระเบียบหรือกฎหมายที่จะเป็นข้อจำกัดของการคิดสิ่งใหม่ที่เป็นนวัตกรรม ก็ขอให้พยายามพัฒนาในลักษณะของ Sandbox คือการพยายามตอบโจทย์แก้ปัญหาโดยไม่ต้องคำนึงถึงกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ และหลังจากนั้นเมื่อมันสิ่งที่ทำนั้นมัน Success ค่อยนำความสำเร็จนี้ไปสู่การปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบเพื่อลดข้อจำกัด ถ้าทำได้ตรงนี้ก็จะเป็นสิ่งที่แก้ปัญหาที่อยู่มานานได้”

คุณสุภัทร รัตนโสภณชัย

SVP, Innovation Center

บริษัท พวกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

“พวกษาที่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วมานั้น ส่วนหนึ่งเป็นการประยุกต์เทคโนโลยีจากเยอรมันมาใช้ โดยวิสัยทัศน์จากผู้บริหารมีสำคัญในการสนับสนุนด้านนวัตกรรมมากกว่า 15 ปี อย่างเช่น การให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการหาวัตกรรม มีการทำ Process Improvement พยายามพัฒนาส่วนนี้มาเรื่อยๆ จนล่าสุดมีการตั้ง Innovation Center ขึ้นมา ซึ่งหน่วยงานนี้ก็จะไม่สามารถทำงานเพียงลำพังได้ จำต้องขอความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ ภายในองค์กร นอกจากนั้นแล้วยังมีการริเริ่มกิจกรรมทั้งบริษัท มีการจัดประกวด Innovation Awards ภายใน ซึ่งมิงงบประมาณสนับสนุนเป็นแรงจูงใจพอสมควรในช่วงแรกๆ และมีกิจกรรมต่างๆ เรื่อยมา ทั้งนี้แล้วจำเป็นต้องปลูกฝังเรื่องนวัตกรรมเหล่านี้ให้เป็นส่วนหนึ่งของบุคลากร เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไปได้”

“การสร้างความเป็นองค์กรนวัตกรรมนั้น ต้องทำทั้ง Top Down และ Bottom Up ด้วย คือทุกอย่างต้องไปด้วยกัน และวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งงบประมาณสนับสนุน และอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญก็คือการส่งเสริมการสร้างทักษะต่างๆ ที่จำเป็นให้กับพนักงานด้วย”

คุณเชษฐพันธ์ ศิริदानุภัทร

Principal Visionary Architect

บริษัท กลสิกร มิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป จำกัด

“ในอดีต เราจะเห็นว่าการทำนวัตกรรมคือ Luxury ขององค์กร หรือการมี Innovation Department นั้นเกิดขึ้นได้ เพราะธุรกิจเติบโตได้ดีและมีเงินเหลือ จึงนำเงินส่วนที่เหลือนั้นมาทำ Innovation แต่มาถึงวันนี้ เราจำเป็นต้องตระหนักให้ได้ว่านวัตกรรมนั้น มันคือความจำเป็น

สำหรับ Banking และ Financial Sector นั้น ทุกวันนี้มีแรงกดดันจากคู่แข่งที่เป็นธุรกิจนอกอุตสาหกรรมการเงิน อย่างเช่น Facebook Line Google หรือ Apple ที่หันมาทำธุรกิจ Financial ด้วย กลสิกรจึงต้องปรับตัวรับกับกระแส Disruption จากคู่แข่งที่ใหม่และใหญ่กว่าเรามาก เป็น Global Company”

“การสร้างความเป็นองค์กรนวัตกรรมนั้น ต้องพยายามสร้าง Small Success ขึ้นให้ได้ หรือเริ่มจากจุดเล็กๆ เพราะนวัตกรรมเป็นเรื่องยาก หลังจากนั้นจึงค่อยๆ ขยับเพิ่มขนาดขึ้นไปเรื่อยๆ”



Top 10 Cyber Threats and Trends

โดย ดร.ปริญญ์ หอมเอนก

1. ภัยข้อมูลรั่วไหลจากการเก็บข้อมูลในระบบคลาวด์
2. ภัยการโจมตีเจาะข้อมูลส่วนบุคคลจากการโพสต์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งาน
3. ภัยจากการกลั่นแกล้งหรือให้ร้ายป้ายสีทางโซเชียลมีเดีย (Cyber bullying)
4. ภัยจากการเชื่อมอุปกรณ์กับระบบอินเทอร์เน็ตอย่างไม่ระมัดระวัง
5. ภัยจากการนำเทคโนโลยี Artificial Intelligence (AI) มาใช้ในด้านมืด
6. ภัยจากการทุจริตในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
7. ภัยจากการที่องค์กรไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมายไซเบอร์และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
8. ภัยจากความเข้าใจผิดในธรรมชาติของสภาวะไซเบอร์ คือ ไม่มีระบบใดที่ปลอดภัย 100%
9. ภัยจากความเข้าใจผิดในเรื่อง Cryptocurrency และ Blockchain
10. ภัยจากความไม่เข้าใจของผู้บริหารระดับสูงในเรื่อง Digital Transformation & Cybersecurity Transformation ที่มีใช้เพียงการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ แต่เป็นการปรับเปลี่ยนทั้งองค์กรตั้งแต่ภาวะผู้นำไปจนถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล



โครงการอบรมผู้บริหารระดับ 11 หลักสูตร Smart Director 1 รุ่นที่ 2

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
วันที่ 4-8 และ 28-29 พฤศจิกายน 2562



TRIS Academy Forum: Capturing Opportunities Through the Wave of 4.0

สร้างโอกาสเติบโตบนกระแส 4.0

วันที่ 27 พฤศจิกายน 2562

สถาบันวิทยาการจัดการ ทริส คอร์ปอเรชั่นได้จัดงาน "TRIS Academy Forum: Capturing Opportunities through the Wave of 4.0 (สร้างโอกาสเติบโตบนกระแส 4.0)"

เมื่อวันพุธที่ 27 พฤศจิกายน 2562 งานสัมมนาครั้งนี้ ประกอบด้วยการบรรยายและการเสวนาเพื่อแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้บริหารระดับสูงจากองค์กรชั้นนำ ได้แก่ คุณประกาศ คงเอียด ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ, Dr. Michael Grosse Program Manager Karlsruhe Institute of Technology (KIT), Germany, ศศ.ดร.ธนชาติ นุ่มนนท์ ผู้อำนวยการ สถาบันไอเอ็มซี, ดร.ปริญญ์ หอมเอนก ประธานและผู้ก่อตั้ง ACIS Professional Center, ดร.กริชพกา บุญเฟื่อง รองผู้อำนวยการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, คุณสุภัทรี รัตนะโสภณชัย SVP, Innovation Center บริษัท พกฤษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) และคุณเชษฐพันธ์ ศิริदानุภัทร Principal Visionary Architect บริษัท กลสิกร บิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป



www.trisacademy.com



ต่อยอด “นวัตกรรม” ด้วย THAINESS

หากเรากำลังมองหาโอกาสทางนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบในวงกว้าง สิ่งหนึ่งที่มีตัวอย่างให้เห็นในหลายประเทศ คือการนำ **“ทุนทางวัฒนธรรม”** มาต่อยอดพัฒนาเป็นนวัตกรรม ทุนทางวัฒนธรรมสามารถนำมาเชื่อมโยงและสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจในหลายอุตสาหกรรม อย่างสถาปัตยกรรม แฟชั่น เพอร์นิเจอร์ หัตถกรรม ศิลปะการแสดง ภาพยนตร์ ดนตรี โฆษณา หรืองานกราฟิก ไม่นับรวมถึงประโยชน์ทางอ้อมที่เชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ อย่างการท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่/เมือง การพัฒนาชุมชน การเดินทาง รวมถึงอุตสาหกรรมบริการ

การใช้ **“ทุนทางวัฒนธรรม”** อย่างมรดกทางวัฒนธรรม องค์ความรู้ด้านประเพณี และองค์ประกอบด้านงานศิลป์ มาสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจจึงเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่บ่อยครั้ง ตัวอย่างเช่น สินค้าโอท็อปและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่พบเห็นในหลายพื้นที่ของประเทศ ก็เกิดจากการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดทางเศรษฐกิจ การสร้างอุตสาหกรรมที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ทุนทางวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) เป็นอย่างมาก เพราะการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม เพื่อนำมาผสมผสานกับผลิตภัณฑ์ ผลงานและบริการ ดังนั้น การต่อยอด **“ทุนทางวัฒนธรรม”** จึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่วัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีความเก่าแก่และมีเรื่องเล่ามายาวนาน แต่รวมถึงวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เกิดขึ้นมาใหม่ตามยุคสมัย



ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดทางเศรษฐกิจ ทั้งในเรื่องวัฒนธรรมดั้งเดิม อย่างอาหาร สถาปัตยกรรมและประเพณี รวมถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย อย่างการ์ตูน (มังงะ) และเกมอิเล็กทรอนิกส์ ต่างถูกนำมาผสมผสานกันอย่างลงตัว เห็นได้จากการนำตัวละครจากการ์ตูนดังมาเป็นจุดดึงดูดตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ประเทศอย่างเกาหลีใต้ก็มีนโยบายส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรมตั้งแต่ปี 1998 เห็นได้จากกระแสฮิปปอปเกาส์ (K-Pop) และละครเกาหลี (K-Series) ที่ขยายตัวออกไปทั่วโลก หรือประเทศสวีเดนที่วัฒนธรรมดนตรีขับเคลื่อนให้เกิดสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีดนตรี (Music tech) ขึ้นมาอย่าง Spotify และ Soundcloud

นวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จมักต้องอาศัยการเชื่อมโยงองค์ประกอบด้าน **(1) วัฒนธรรม (Culture) (2) เนื้อหา (Content) (3) รูปแบบนำเสนอ (Form) และ (4) รูปแบบธุรกิจ (Business Model)** เข้าด้วยกันอย่างลงตัว วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่าง (uniqueness) เนื้อหาเป็นสิ่งที่ต้องทำให้ร่วมสมัย (contemporary) ถูกใจและถูกจริตผู้บริโภค และมักเปลี่ยนไปตามลักษณะกลุ่มเป้าหมาย ส่วนรูปแบบที่นำเสนอขึ้นส่วนใหญ่ต้องปรับให้เหมาะสมกับการเข้าถึงและการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย และท้ายสุดจำเป็นต้องมีรูปแบบการจัดจำหน่ายและสร้างรายได้ที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับองค์ประกอบด้านวัฒนธรรมนั้น ถือเป็นข้อได้เปรียบสำหรับประเทศที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างประเทศไทย แต่ในส่วนขององค์ประกอบด้านเนื้อหาและรูปแบบนำเสนอ เป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์มาแต่งเติมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ ผลงานและบริการเป็นที่ต้องตาต้องใจของผู้บริโภค องค์ประกอบเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้กับมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (tangible and intangible cultural heritage) ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาซื้อเป็นของฝาก จะเกิดจากการนำเอาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาแต่งเติมด้วยการสร้างเรื่องราว (story) ดึงดูดให้น่าสนใจ และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบนำเสนอที่สะดวก ดูดีและได้มาตรฐาน หรือวัฒนธรรมด้านศิลปะ ดนตรีและการแสดงร่วมสมัย ที่นอกจากจะสร้างและปรับแต่งเรื่องราวให้ดึงดูดน่าสนใจแล้วนั้น ยังต้องอาศัยเทคโนโลยีมีเดียเข้ามาช่วยเพื่อให้รูปแบบการนำเสนอเป็นไปอย่างร่วมสมัยและเข้าถึงง่าย

ความสำเร็จของนวัตกรรมทางวัฒนธรรมไม่เพียงแต่สร้างประโยชน์โดยตรงให้กับผลิตภัณฑ์ ผลงานและบริการ แต่ยังสร้างผลกระทบทางอ้อมและมูลค่าเพิ่มให้กับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการอุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การนำวัฒนธรรม “ความเป็นไทย” (Thainess) มาต่อยอดสร้างสรรค์นวัตกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Innovation) จึงเป็นการใช้ทรัพยากรอันเป็นเอกลักษณ์ที่ติดตัวเรามาให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า เพียงแต่จำเป็นต้องเสริมด้วยความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดการนำเสนอในรูปแบบที่ร่วมสมัยและขยายผลทางเศรษฐกิจได้ ©TAC

การรู้จักตนเองนับเป็นพื้นฐานสำคัญที่เราควรเรียนรู้เป็นอันดับแรกสุดในชีวิต เพื่อนำจุดเด่นของตนเองไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และรู้ถึงจุดอ่อนของตัวเองเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงไม่ให้เกิดผลกระทบในเชิงลบ ขณะเดียวกับการเรียนรู้และเข้าใจผู้อื่น ก็ทำให้เราสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดี รู้จักการสื่อสารกับผู้อื่น ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งและนำไปสู่มิตรภาพที่ดีตามมา และหนึ่งในแนวคิดที่เป็นที่นิยม สามารถนำมาใช้ทดสอบลักษณะนิสัยและพฤติกรรมได้ก็คือ **แนวคิดทฤษฎี DISC**

ทฤษฎี DISC ถูกสร้างขึ้นโดย ดร.วิลเลียม มาร์สตัน (William Moulton Marston) นักจิตวิทยาการศึกษาด้านอารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรม

ของมนุษย์ ผลงานของ ดร.มาร์สตัน ได้ตีพิมพ์ในหนังสือที่ชื่อว่า **“Emotion of Normal People”** ซึ่งได้พูดถึงกระบวนการทำงานของอารมณ์ความรู้สึกในคนปกติ ที่นำไปสู่ลักษณะพฤติกรรมที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไปของมนุษย์

ดร.มาร์สตัน ได้แบ่งรูปแบบการแสดงออกทางพฤติกรรมที่สะท้อนจากอารมณ์ภายในของบุคคลปกติทั่วไป เป็น **4 รูปแบบ โดยมีที่มาจากการรับรู้ (Perception) เปรียบเทียบระหว่างตนเอง (Self) กับสภาพแวดล้อม (Environment)**

รูปแบบหลักทั้ง 4 ถูกให้ชื่อโดย ดร.มาร์สตัน ว่า **Dominance, Inducement, Submission, and Compliance** จากนั้นได้มีการพัฒนาต่อยอด และปรับ

ชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป โดยที่แต่ละรูปแบบก็จะมีข้อดีข้อเสีย ความคาดหวังแรงจูงใจที่แตกต่างกันไป

ลองสำรวจตัวเองกันดูว่าเราเป็นคนสไตล์ไหน

รู้จักตัวเองและผู้อื่นด้วย
DISC

Style D (Dominance) เป็นคนที่มีลักษณะมุ่งมั่นเป้าหมาย ประสิทธิภาพและความฉับไว มีความมั่นใจ ริเริ่มโครงการใหม่ๆ ได้ด้วยตนเอง สามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว กล้าที่จะลองใช้แนวทางใหม่ๆ ไม่ยึดติดวิธีการเดิม เป็นนักปฏิบัติจัดการ ดำเนินการ มุ่งผลสำเร็จ สามารถทำงานอย่างเป็นอิสระ

Style I (Influence) เป็นคนที่มีลักษณะกระตือรือร้น เต็มไปด้วยพลัง และสร้างสรรค์ สร้างสีสัน เข้ากับผู้คนได้หลากหลายประเภท มีความมั่นใจ แสดงออก มนุษย์สัมพันธ์ดี สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้เร็ว มองโอกาสใหม่ๆ กล้าที่จะลองใช้แนวทางใหม่ๆ ไม่ยึดติดวิธีการเดิม สนับสนุน ส่งเสริมทีม สร้างบรรยากาศเป็นกันเอง มองโลกในแง่ดี สร้างแรงบันดาลใจ

Style S (Steadiness) เป็นคนที่มีลักษณะใจเย็น พากเพียรอดทน ให้ความร่วมมือช่วยเหลือ มุ่งสำเร็จพร้อมทีม เป็นผู้ร่วมทีมที่ดี ใส่ใจ รักษาสัมพันธภาพ ทำงานได้ดีกับผู้คนหลายรูปแบบ มีใจบริการ เต็มใจสนับสนุน อำนวยความสะดวก เป็นผู้ฟังที่ดี สื่อสารอย่างเป็นมิตร ยืดหยุ่น ปรับตามสถานการณ์และความเหมาะสม

Style C (Compliance) เป็นคนที่มีลักษณะช่างสังเกต ตรวจสอบรอบคอบ มีวินัย รับผิดชอบ รักษากฎระเบียบ สามารถวิเคราะห์และประเมินอย่างมีตรรกะ วางแผนงานจัดระบบ ลงรายละเอียด มุ่งมั่นคุณภาพ มีมาตรฐานสูง ใส่ใจเรียนรู้ เพิ่มพูนทักษะ ความเชี่ยวชาญ สามารถทำงานอย่างเป็นอิสระ

เราทุกคนจะมีลักษณะที่เป็นส่วนผสมของทั้ง 4 รูปแบบ แต่จะมีในสัดส่วนที่ไม่เท่ากัน โดยปกติแล้วจะมีรูปแบบที่เด่นไม่หนึ่งก็สองลักษณะหลักๆ แต่ละรูปแบบล้วนมีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน ความรู้ ความเข้าใจในเรื่อง DISC สามารถนำมาช่วยให้เราเข้าใจตัวเองเพิ่มมากขึ้น รู้ถึงพฤติกรรมที่เป็นข้อเสียของตัวเอง ในขณะเดียวกันก็รู้จักและเข้าใจผู้อื่น ทำให้เราสามารถสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ©TAC



พ่อครัว 4.0

เครื่องปรุงอาหารอัตโนมัติ



ทุกวันนี้เราเห็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากนวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายตามท้องตลาดผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ หนึ่งในเหตุผลก็มาจากนักประดิษฐ์ที่ได้รับแรงใจที่มาจากภาพยนตร์แนววิทยาศาสตร์ในอดีต ที่สามารถนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้ในปัจจุบัน ซึ่งภาพยนตร์ Sci-fi ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันก็มีมากมายหลายเรื่อง ผมขอยกมาเป็นตัวอย่างสัก 3 เรื่อง

เรื่องแรก Star Wars ออกฉายในปี 1977 ตัวละครในภาพยนตร์จะใช้สิ่งประดิษฐ์อย่างหนึ่งที่ถูกเรียกว่าการสื่อสารแบบ 3 มิติ ซึ่งปัจจุบันก็คือ Holographic Communicators เทคโนโลยีที่จะพลิกโฉมวงการสื่อสารของมนุษย์ไปอย่างสิ้นเชิง โดยใช้โปรเจ็คเตอร์ขนาดเล็กที่สามารถใช้กับอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น smart phones, TVs, Tablets หรือแม้แต่ smart watches ให้ผู้ใช้สามารถเห็นภาพแบบ 3 มิติ แบบทะลุออกมาออกจอบนจอโดยไม่ต้องใช้แว่น 3D ในภาพยนตร์ก็ยังมีอีกหลายชิ้นที่มีสิ่งประดิษฐ์อื่นๆ อีก เช่น หุ่นยนต์ AI และ Drone

เรื่องที่สอง Back to the Future ออกฉายในปี 1985 ตัวละครในภาพยนตร์จะใช้สิ่งประดิษฐ์อย่างหนึ่งที่เรียกว่า Phone Glasses ไว้สำหรับดูทีวีหรือรับโทรศัพท์ได้ และปัจจุบันเราก็มี Google Glass และ The Oculus Rift Smart glasses ซึ่งเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่คล้ายกัน ในภาพยนตร์ก็ยังมีอีกหลายชิ้นที่มีสิ่งประดิษฐ์อื่นๆ อีก เช่น Finger-print, TV Video Calls, Tablets, 3-D Movie และ Hands-free Gaming

เรื่องที่สาม Star Trek ออกฉายในปี 1996 ตัวละครในภาพยนตร์จะใช้สิ่งประดิษฐ์อย่างหนึ่งที่ถูกรเรียกว่า PADDs ย่อมาจาก Personal Access Display Devices ซึ่งปัจจุบันนั้นก็คือ แท็บเล็ตหรือไอแพด กลายเป็นอีกหนึ่งสิ่งประดิษฐ์ที่นิยมมาก ในภาพยนตร์ก็ยังมีอีกหลายชิ้นที่มีสิ่งประดิษฐ์อื่นๆ อีก เช่น The Flip Phone, Universal Translators, USB Drives, GPS และ Diagnostic Bed

ที่ผมยกตัวอย่างสิ่งประดิษฐ์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากภาพยนตร์ก็เพราะว่า ผมไปเจอผลิตภัณฑ์ตัวหนึ่ง ซึ่งลักษณะภายนอกดูไม่ออกว่ามันคือเครื่องอะไร และมันทำงานอย่างไร แต่พอได้ดูการสาธิตของพนักงานขาย ก็ถึงได้ทราบว่ามันคือ **เครื่องปรุงอาหารอัตโนมัติ (Automatic Food Cooking Machine)** ย้อนไปเมื่อ 10 ปี ภาพยนตร์เรื่อง Cloudy With A Chance Of Meatballs ออกฉาย ปี 2552 เป็นเรื่องราวนักประดิษฐ์ ฟลินต์ ล็อกวูด (บิลลี เฮเดอร์) เป็นอัจฉริยะรักสันโดษที่อยู่เบื้องหลังสิ่งประดิษฐ์พิลึกพิลั่นหลายชิ้น และถึงแม้สิ่งประดิษฐ์ทุกชิ้นของเขา นับตั้งแต่รองเท้าพ่นสเปรย์ไปจนถึงเครื่องแปลความคิดถึง จะล้มเหลวไม่เป็นท่า ฟลินต์ก็ยังคงมุ่งมั่นที่จะสร้างสิ่งประดิษฐ์ที่จะทำให้คนมีความสุขออกมาให้ได้

ล่าสุด ฟลินต์ได้ประดิษฐ์เครื่องจักรสำหรับเปลี่ยนน้ำให้เป็นอาหาร ซึ่งเครื่องนี้ก็ยังมีลักษณะไม่เหมือนเครื่องปรุงอาหารเลยสักนิด ดูเหมือนยานอวกาศที่ลงดวงจันทร์มากกว่า เรื่องราวของภาพยนตร์ตอนนั้น ดูจะล้ำหน้าเกินจริงไปมากๆ แต่ใครจะคิดว่าวันนี้ เครื่องปรุงอาหารอัตโนมัติที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ที่จะทำให้ช่วยทุ่นเวลาและทุ่นแรงคุณพ่อบ้านและแม่บ้านในการทำอาหารแต่ละวันได้เกิดขึ้นแล้ว

เพียงใส่วัตถุดิบเข้าไปแล้วเลือกเมนูที่จะทำจากหน้าจอ เครื่องก็จะทำงานโดยอัตโนมัติ สามารถปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด แต่ละเมนูใช้เวลาทำเพียง 3-4 นาที แถมผู้ผลิตบางรายยังเชื่อมเครื่องปรุงอาหารกับอินเทอร์เน็ต ผ่าน Wi-Fi เพื่อดึงสูตรอาหารใหม่ๆ จากฐานข้อมูลของผู้จำหน่ายสินค้า

นอกจากนั้นยังเพิ่มความสามารถให้คุณพ่อครัวแม่ครัวแบ่งปันผลการสร้างสรรค์สูตรอาหารใหม่ๆ ของคุณไปยังฐานข้อมูลสูตรอาหารกลางของผู้ผลิตได้อีกด้วย สำหรับผมคิดว่ามันเป็นโอเดียที่ยอดเยี่ยม แต่ก็แอบกลัวเล็กน้อย เพราะความกังวลเรื่องความปลอดภัย หากมีผู้ไม่หวังดีแอบเข้าเครื่องปรุงอาหารเราได้ จินตนาการไม่ถูกเลยว่าจะทำอะไรอันตรายให้เรากินได้มากน้อยแค่ไหน!

แต่ส่วนตัวผมก็ชอบเครื่องปรุงอาหารอัตโนมัติมาก **ภาครัฐบาลยุค Digital Thailand 4.0** จะนำเจ้าเครื่องปรุงอาหารอัตโนมัตินี้ไปปรับปรุงให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อนำไปใช้กับโรงเรียน โรงพยาบาล บ้านพักผู้สูงอายุ และศูนย์ต่างๆ ที่จำเป็นต้องดูแลคนจำนวนมากๆ ตั้งชื่อเก๋ๆ ชะหน้อย **“พ่อครัว 4.0”** ก็น่าจะดีนะครับ .. ลาไปก่อนแล้วพบกันฉบับต่อไปครับ ©TAC



“ทริสมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์กรต่างๆ
ของประเทศไทย โดยการเป็นที่ปรึกษาแก่หน่วยงานต่างๆ
เพื่อการพัฒนาศักยภาพ สร้างความเข้มแข็งสู่ความเป็นเลิศในทุกๆ ด้าน”

ทริส คอร์ปอเรชั่น

TRIS CORPORATION

“Consulting
at Its Best”





The Moment of Truth

แว็บเดียวก็สำคัญ

คุณชื่อนี้กันไหมครับ **The Moment of Truth**
หากแปลเป็นไทยก็คงประมาณ “เสี้ยวเวลาแห่ง
ความรู้สึก” หากใครยังไม่คุ้น ต้องอ่านนะครับ
ส่วนคนที่คุ้นแล้วลองอ่านดู ผมเชื่อว่าอาจจะได้
มุมมองใหม่ๆ ไปพอสมควร

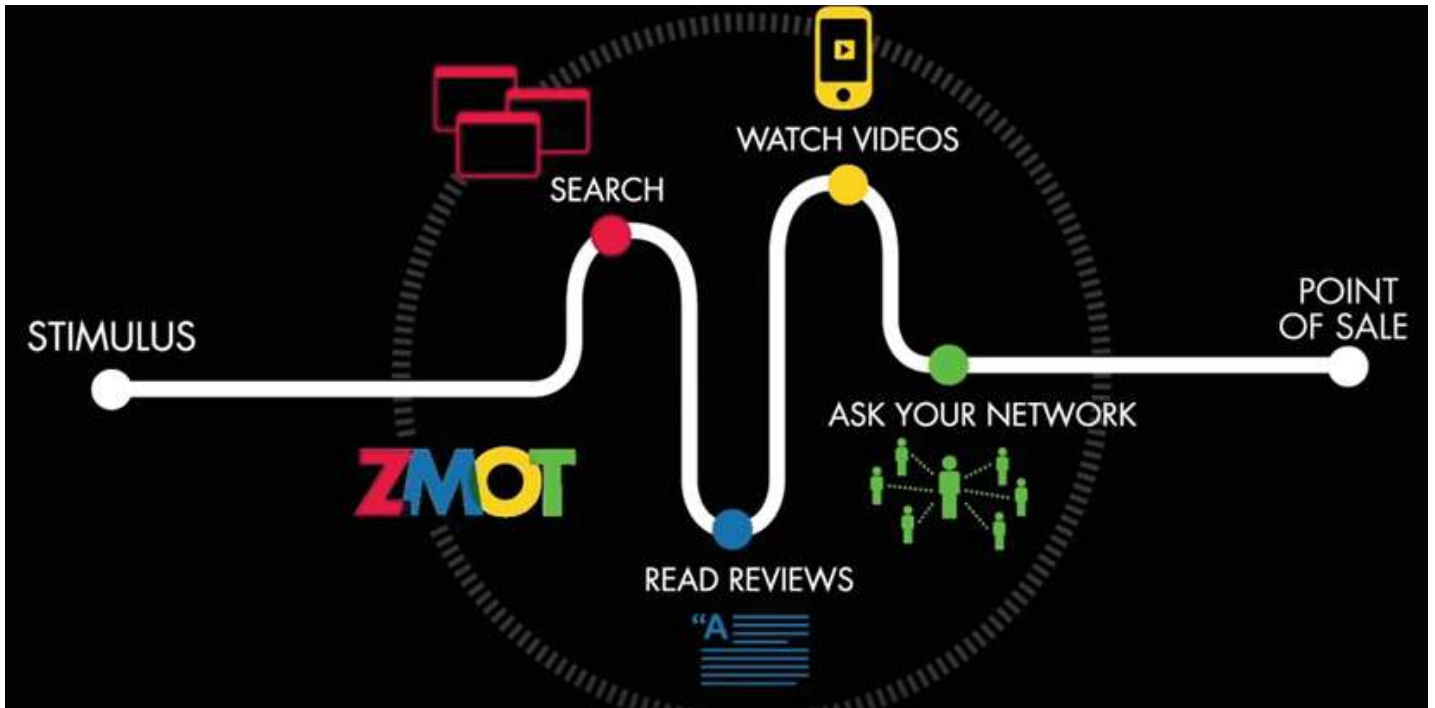
ซึ่ง The Moment of Truth เมื่อพูดในมุมมอง
การตลาดสมัยใหม่ ยังแบ่งได้เป็นช่วง Moment
หลายแบบครับ

ถ้าพูดตามทฤษฎีหรือแนวคิดของ Google แบ่ง
ช่วงเวลาออกเป็น 3 ช่วง (ในที่นี้ขอไม่พูดถึง
ช่วง Stimulus นะครับ)

ช่วงแรก: **Zero Moment of Truth**

ช่วงที่ 2: **First Moment of Truth**

ช่วงที่ 3: **Second Moment of Truth**



ก่อนจะเล่าถึงแต่ละ Moment ผมมองว่า ทุก Moment ก็คือเรื่องของ Experience นั้นแหละครับ ซึ่งผมเคยพูดและย้ำเสมอว่า “เป็นสิ่งสำคัญมาก” ในปัจจุบันนี้

เพียงแต่สิ่งที่ต่างกันก็คือ The Moment of Truth เน้นที่ช่วงระยะเวลาสั้นๆ หรือ “เสี้ยวเวลา” ที่เกิดความรู้สึก หรือที่ได้มี Experience ในสินค้าหรือบริการนั้นๆ

เน้นที่ “เสี้ยวเวลา” ครับ เพราะคนในปัจจุบันเป็นคนยุค “ต้องเดี๋ยวนี้” ไม่ชอบรอคอย ไม่ชอบรอนาน อยากรู้ อยากสัมผัส อยากรู้สึกแบบทันใจ อะไรๆ ก็ต้อง “เดี๋ยวนี้”

เทคโนโลยี, อินเทอร์เน็ตและมือถือ ทำให้คนเคยตัว เพราะทุกอย่างหาได้ ทำได้อย่างรวดเร็ว จึงเกิดแนวคิดที่ลึกซึ้งไปอีกชั้น ของ “Experience” คือ “The Moment of Truth” นั่นเองครับ

เพียงเสี้ยววินาที คนจะรู้สึก สนใจ ชอบ ไม่ชอบทันที **ดังนั้นเราจึงต้องเข้าใจใน “Moment” แต่ละช่วงให้ดี** เพื่อจะได้นำมาสร้าง Touch Point ในแต่ละช่วงทั้ง Online และ Offline ให้ถูกใจกลุ่มเป้าหมายให้ได้ครับ

Zero Moment of Truth (ZMOT)

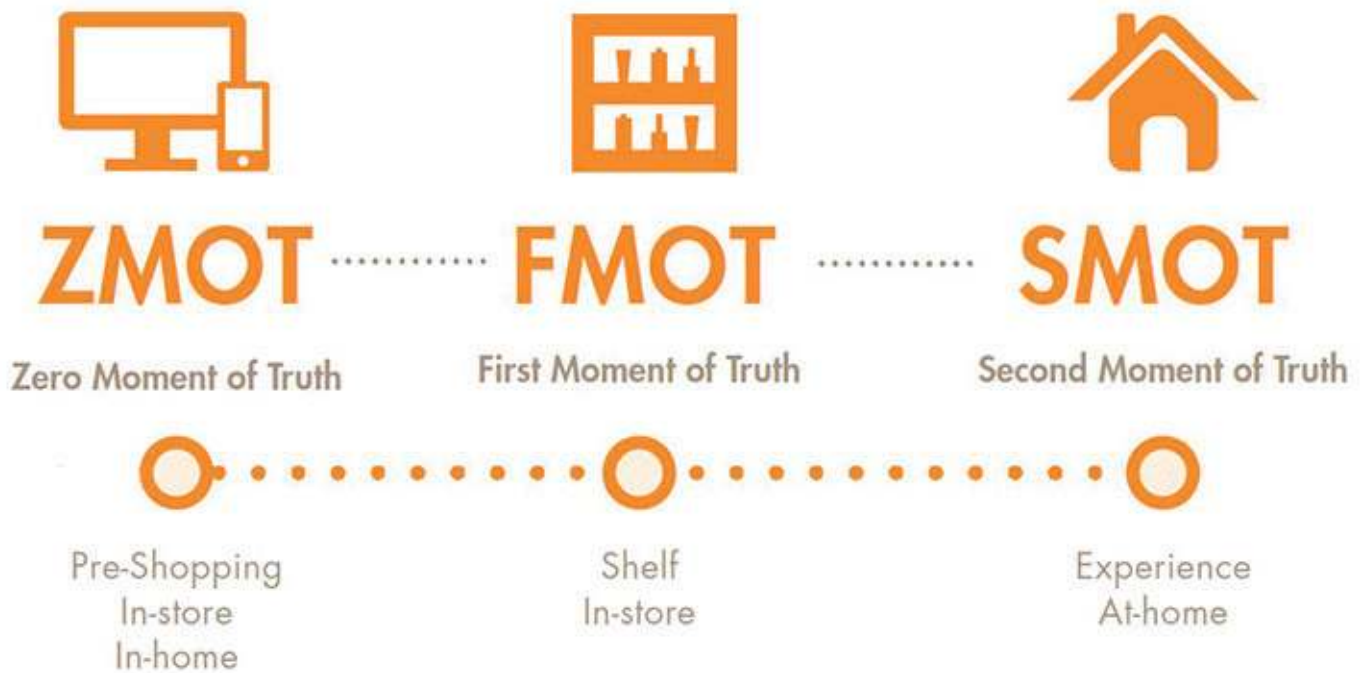
ในเสี้ยวเวลาช่วงนี้ คือช่วงที่คนคนนั้นเริ่มเกิดความต้องการหรือเกิดความสนใจในสินค้าหรือบริการขึ้นมาในใจ แบบ “แว็บ” ขึ้นมาทันทีทันใด ซึ่งพฤติกรรมที่คนๆ นั้นมักจะทำต่อไปในโลกปัจจุบันนี้ ก็คือ ค้นหาข้อมูลผ่าน Search Engine เช่น Google หรือเข้าเน็ตอ่าน Review หรือ Search หาใน Youtube สอบถามหรือหาข้อมูลจาก Social Network ต่างๆ เช่น Facebook

ผมขอเพิ่มอีกหนึ่งช่องทางที่คนไทยมักจะใช้ในการหาสินค้าที่ต้องการ ซึ่งก็คือ Lazada และ Shopee

ดังนั้นเมื่อคุณทราบพฤติกรรมในช่วง ZMOT นี้แล้ว คุณก็จะเตรียมแผนงานในการที่จะให้สินค้าหรือบริการของคุณไปปรากฏให้คนๆ นั้นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้เห็น ได้พบ ได้เจอ ให้ได้มากที่สุด บ่อยที่สุด

เพราะช่วงเวลานี้เกิดขึ้นเพียงสั้นๆ เท่านั้น ถ้ากลุ่มเป้าหมายค้นเจอ ค้นพบ หรือได้ข้อมูลที่ดีๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของคุณ คุณก็จะมีโอกาสขายสินค้าหรือบริการได้

ขอพูดเรื่อง review สักนิด โดยเฉพาะในโลกปัจจุบันร้านค้าที่ขายสินค้าใน Lazada หรือ Shopee ต้องตระหนักเรื่องคุณภาพสินค้า การตอบคำถามลูกค้าให้รวดเร็ว และการรับผิดชอบในการคืนสินค้า ในกรณี



ลูกค้าซื้อแล้วไม่ชอบหรือใช้งานไม่ได้ตามที่คาดหวัง เพราะหากลูกค้า Comment ด้านลบลงไปใน review จากประสบการณ์แย่ๆ ที่เจอ สินค้าตัวนั้นของคุณก็จะแป้ก อาจขายไม่ได้อีกต่อไป หรืออาจทำให้ยอดขายของคุณหดหายไปโดยไม่น่าเชื่อ ดังนั้นอย่าละเลยความต้องการหรือความรู้สึกลูกค้าเด็ดขาดนะครับ

First Moment of Truth (FMOT)

ช่วงนี้ต่างกับช่วงแรก ก็คือ ช่วงนี้เป็นช่วงที่ว่าที่ลูกค้าได้ตัดสินใจที่จะเลือกหรือเข้ามายังร้านค้าของคุณแล้ว เช่นคลิกไปที่เว็บไซต์ของคุณ หรือตรงไปที่ชั้นสินค้าของคุณที่วางโชว์อยู่ หรือเดินไปที่ Shop ของคุณเพื่อไปดูสินค้า

ซึ่งรวมถึงการที่ว่าที่ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการด้วย เช่น ทดลองขับรถ ทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง ชมนิทรรศการ ช่วงนี้ก็ถือเป็นช่วง FMOT เช่นกัน เพียงแต่คุณต้องเข้าใจคำว่า "Moment" ให้ดี เพราะคำนี้เน้นที่ "เสี้ยวเวลา" เช่น ถ้าลูกค้ามาขอทดลองขับรถ แต่พนักงานพูดจาไม่สุภาพกับลูกค้า ลูกค้าคนนั้นก็จะไม่พอใจ อาจจะทดลองขับรถของคุณ แต่ไปซื้อรถที่โชว์รูมอื่น

เสี้ยวเวลาแรกที่ได้สัมผัส ได้รู้สึก ได้รับประสบการณ์ในตอนนั้น หรือช่วง First Moment of Truth นี่แหละสำคัญมากๆ เพราะหากลูกค้ารู้สึกพอใจ ประทับใจ ก็จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของคุณ

แต่ถ้าไม่ ก็จะเซย์กูดบาย ไปซื้อคู่แข่งของคุณ และจากคุณไป ไม่กลับมาอีก

Second Moment of Truth (SMOT)

"เสี้ยวเวลา" แห่งความรู้สึกช่วงนี้ เป็นช่วงเวลาที่ลูกค้าได้ซื้อสินค้าและบริการของคุณไปแล้ว SMOT นี้จะแตกต่างจาก FMOT ตรงที่เป็นเสี้ยวเวลาที่เกิดขึ้นหลายๆ ครั้ง ในขณะที่ใช้สินค้าและบริการของคุณ หากหลายครั้งหรือแทบทุกครั้งที่ใช้ ไม่ชอบ ไม่พอใจ ก็จะสะสมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนอาจจะไป share ความรู้สึก ความไม่ชอบ ไม่พอใจให้โลก ให้เพื่อนๆ ได้รับรู้ไปด้วย ซึ่งหากเกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการของคุณบ่อยๆ ก็จะทำให้ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ของสินค้าหรือบริการของคุณเสียหาย ยอดขายตก ได้ง่ายๆ

และที่สำคัญอีกประการก็คือ หาก SMOT แย่ คุณก็จะเสียลูกค้ารายนั้นไปตลอดกาล ไม่กลับมาซื้อสินค้าหรือบริการของคุณอีก ทำให้ห่วงโซ่การขายขาดไป Lifetime Value ของลูกค้าจึงไม่เกิดซ้ำอีก ระยะยาวคุณจะได้ยากครับ

เนื้อหาในตอนนี้น่าจะยาวสักหน่อย เพื่อให้คุณผู้อ่านได้เข้าใจ "Moment" ทั้ง 3 ได้ครบในตอนเดียวแล้วพบกันในตอนหน้า กับเรื่อง Customer Lifetime Value ครับ ©TAC



เลือกมีความสุขได้ ในที่ทำงาน

เกือบ 20 ปีในวงการฝึกอบรมและโค้ช
ผมได้พบเจอผู้คนเยอะแยะมากมาย หลากหลายอาชีพ
เกินครึ่งของผู้คนที่ผมพบเจอ ล้วนแล้วแต่มีความสุขทุกข
พวกเขายังมีความสุขไม่มากพอ!!!!

ทั้งที่มองจากภายนอกแล้ว บางคนมีพร้อมทั้งงานดี เงินดี ครอบครัวดี
แต่ทำไม ชีวิตถึงยังไม่มีความสุขล่ะ!!!

ผมคิดอยู่นานว่าจะอะไรทำให้คนที่เพียบพร้อมเหล่านั้น
กลายเป็นคนที่ไม่มีความสุข
จนผมได้มีโอกาสโค้ชให้หลายๆ คน ผมก็ได้คำตอบว่า
การมีความสุขในชีวิต ทำได้

มาฟังเรื่องเล่าสักนิดกัน

คนนี้เป็นน้องที่เพิ่งได้งานใหม่ ทำไปทำมา อดทนจนฟันโปร ก็อยากลาออกชะอย่างนั้น

“ผมอยากลาออก! เบื่องานมาเลยพี่ อยากหางานใหม่” เขามานอกมาทันทีที่เจอหน้าผม

“เกิดไรขึ้น เพิ่งฟันโปรเอง ไม่ใช่เหรอ” ผมรับถามกลับด้วยความตกใจ

“ก็รำคาญหัวหน้า พุดมาก จู๊ว จุกจิก ขี้บ่น เจ้าระเบียบมากกกก มากจนผมอึดอัดไปหมดแล้ว” เหตุผลมาเป็นชุดเลย

ผมไม่พูดอะไรต่อ แต่เลือกที่จะถามกลับไ้ว่า
“ทำไมถึงมาทำงานที่นี่ ?”

“จริงๆ แล้ว ผมชอบงานที่บริษัทนี้นะพี่ แล้วงานที่ทำอยู่ตอนนี้ ก็ OK ผมชอบ” เขาตอบอย่างไม่ลังเล

“แล้วงานนี้ให้อะไรเราบ้างไหม ที่นอกเหนือจากเงินเดือน” ผมถามต่อ

“ให้เยอะนะ...ผมชอบงานที่ได้ออกไปข้างนอก เจอลูกค้า เดินห้าง ตรวจจับคน ได้คิดมาร์เก็ตติ้ง ได้ทำกายตัวเอง มันสนุกนะ เอาจริงๆ” เขาร่ายยาว เป็นชุดอีก “จริงๆ มันดีหมดแหละพี่ แต่เบื่้อเจ้าหัวหน้านี่แหละ จิกเป็นไก่เลย ลำไย!!” เขายังไม่วายแหวะไปบ่นถึงหัวหน้าต่อ

ผมเข้าไปกับคำบ่นของเขา ทำหน้าเข้าใจอารมณ์ของคนโดนจิก เลยถามต่อ “เราว่าเจ้าหัวหน้าเราเนี่ยเก่งมั๊ย เจ้ารู้งานเยอะมั๊ย”

“ก็เยอะนะพี่ เจ้แกอยู่มานาน เจ้ารู้หมด ที่ไหนห้างไหน ใครยังงัย เจ้าเป๊ะมาก”
“รู้เยอะมาก จึกมาก พุดมาก สอนทั้งวัน ผมเบื่อและรำคาญมากอะพี่”

ความอัดอั้นยังไม่หมด พรุ่งพรู สุดๆ

ผมจึงได้จังหวะ ยิงคำถามเด็ด
“เจ้าเราเก่งขนาดนี้ ถ้าอยู่ต่อ เราจะได้หรือใช้อะไรจากเจ้าได้บ้าง”

เขาตอบว่า “อืม... เอาจริงๆ พี่เจ้าก็เก่งมากๆ แหะ เราเก่งมากถ้าเรามีความรู้แบบนาง สามารถสมัครงานได้อีกหลายที่เลย 555”

“ถ้าจะเรียน ดูความรู้จากเจ้าให้หมด จะใช้เวลากี่ปี” ผมถามต่อ

“สักปี สองปี ไม่น่าเกินนี้หรอกครับพี่ ผมคิดว่าน่าจะทำได้” เขานึกนิดหน่อย ก่อนตอบออกมา

“ถ้าพี่จะให้น้องวางแผนการอยู่ต่อ เพื่อเรียนรู้เพื่อหางานใหม่น้องจะวางแผนอย่างไร”

“ผมคิดว่าจะอดทน และคิดว่าทุกวันที่เจอนาง คือเรากำลังเรียนรู้และฝึกฝน เอาผลประโยชน์จากเค้าให้เต็มที่ เก่งมากนั้ก ดูความรู้ให้หมดเลย 555”

“และก็คงแอบรู้สึกดี ที่ได้ใช้เค้าให้สอนเรา แต่เค้าไม่รู้ตัว” เขารำพึงรำพัน พรางอมยิ้มไปด้วย

“ถ้าพรุ่งนี้ไปเจอเจ้เราที่ทำงาน คิดว่าจะรู้สึกยังงัย” ผมถาม

“คิดว่า คงทำตัวดีๆ ว่านอนสอนง่าย เดี่ยวเค้าไม่สอน แล้วจะถามงานเค้าเยอะๆ ให้เค้าสอน” พุดเหมือนมีแผนการล้าลึก

“ความรู้สึกต่อที่ทำงานและหัวหน้า เป็นอย่างไรบ้างตอนนี้”

“ก็คิดว่าจะอยู่ต่ออีกสักพัก ให้ตัวเองได้เรียนรู้เยอะๆ ที่สุด จะได้หางานใหม่่ง่ายๆ 555”

“โฟกัสแค่เรียนรู้ก่อนละกัน เรื่องหางานใหม่เดี๋ยวค่อยว่ากันดีมั๊ย” ผมได้ที เลยแนะนำออกไป

“ก็ดีนะครับพี่ จะเรียนรู้ให้เต็มที่เลย” ตอบจบก็ยิ้มอย่างมีความสุข

หลังจากจบบทสนทนาไป จากวันนั้นถึงวันนี้ น้องคนนี้ก็อยู่บริษัทนี้มา 5 ปีแล้วครับ

สงสัยยังเรียนจากหัวหน้าไม่จบ555

บทสรุปของความสุข ที่ผมค้นพบจากกรณีตัวอย่างของน้องคนนี้คือ

การเลือกมองในมุมบวกที่ทำให้ตัวเองมีความสุข

ของแบบนี้ไม่ใช่การหลอกตัวเองหรือโลกสวยนะครับ แต่นี่คือวิธีคิดบวกที่คนทุกคนสามารถเลือกมองได้เสมอ

ไม่ต้องเถียงในใจนะครับ ที่คิดลบยังเลือกมองเป็นลบไปได้ แล้วทำไมคิดบวกจะเลือกมองบ้างไม่ได้

คิดได้ มองได้ ง่ายแค่นี้ ชีวิตก็มีความสุขแล้วครับ ©TAC



Engagement

ทำไมต้องแต่งงาน



หลายท่านอาจตั้งคำถามในใจว่าผู้เขียนจะยกตัวอย่างผลงานวิจัยและเหตุผลอะไรบ้าง เพื่อมาบอกถึงข้อดีและประโยชน์ของการแต่งงาน ซึ่งจริงๆ แล้ว สิ่งที่คุณอ่านกำลังคิดสงสัยก็มีส่วนถูกอยู่ไม่น้อย เพราะหากพูดไปแล้วเรื่องชีวิตคู่กับเรื่องการทำงานก็มีส่วนคล้ายคลึงกันมากจนแทบแยกกันไม่ออก และบทความนี้เราจะพูดกันในบริบทของการทำงานเพิ่มเข้ามา(เปรียบเทียบกับ)ด้วยค่ะ

การแต่งงานไม่ว่าจะเป็นชีวิตคู่หรือในบริบทของการทำงาน มีประเด็นที่สำคัญอย่างยิ่งที่เราควรให้ความสนใจและใส่ใจเป็นพิเศษอยู่ 2 เรื่องด้วยกัน

เรื่องแรก คือ การเตรียมตัวก่อนการแต่งงาน

ในขั้นนี้ เป็นการตั้งข้อสันนิษฐานด้วยการสร้างความคาดหวังล่วงหน้า ว่าเราต้องการจะแต่งงานกับใคร มีนิสัยและคุณสมบัติอย่างไร ที่สำคัญเขากับเรารักกันแค่ไหน มีทัศนคติและแนวคิดที่ไปกันได้หรือไม่ ยังรวมถึงเรื่องครอบครัว การศึกษา และประวัติความเป็นมาของกันและกันว่าเหมาะสมกันมากน้อยเพียงใด คำถามต่างๆ เหล่านี้ จะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่เราใช้ในการตัดสินใจว่า เราจะตกลงปลงใจแต่งงานกันเพื่อใช้ชีวิตร่วมกันไปจนตลอดชีวิตได้ดีเพียงใด

เช่นเดียวกัน เมื่อกล่าวถึงการทำงาน ขอให้ใช้คำถามต่างๆ เพื่อเช็คความเหมาะสมระหว่างเรากับองค์กรที่เราจะไปทำงานด้วย **เพื่อตอบข้อสันนิษฐานของเราให้ได้ว่า เมื่อเราเข้าไปทำงานแล้ว เราจะมีความสุขและประสบความสำเร็จในการทำงานได้มากน้อยเพียงใด**

เพื่อให้เราได้ข้อมูลที่ดีที่สุดก่อนการตัดสินใจในการแต่งงานกับใคร หรือการเข้าทำงานกับองค์กรใด **ขอให้ลองปรับใช้ทักษะที่เรียกว่า นึกถึงใจเขาใจเรา (empathy) เป็นแนวทางนะคะ** หากเรานำทักษะการเอาใจเขามาใส่ใจเรามาปรับใช้ได้มากเท่าใด เราจะสามารถลดอคติในการถามคำถามและหาคำตอบในสิ่งต่างๆ ที่เราลิสต์ขึ้นมาได้ดีขึ้นมากเท่านั้น

เรื่องต่อมา คือ การปรับตัวหลังจากแต่งงานแล้ว

เป้าหมายหลักของการปรับตัว คือความสุขและความสำเร็จแบบยั่งยืน เพราะในที่สุดแล้วเราคงปฏิเสธไม่ได้เลยว่า **การปรับตัวเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดที่จะช่วยให้เราดำเนินชีวิตได้อย่างราบรื่น** และสามารถทำงานได้สำเร็จในทุกยุคสมัย

แก่นหลักของการปรับตัวที่ดีที่สุด เริ่มที่การปรับใจ เมื่อเราสามารถปรับความคิดที่ซ่อนลึกจากระดับจิตใจได้ นั่นเท่ากับว่าเราได้ทำลายกำแพงความกลัวการเปลี่ยนแปลงที่เป็นเกราะกำบังที่ฝังรากลึกติดอยู่ในความคิดของเรามานานแสนนาน

การยอมรับจะนำไปสู่การทำความเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ด้วยการเปิดใจกว้างเพื่อรับฟังให้มากขึ้น การปรับใจเราให้รู้สึกยินดีกับการรับฟังนี้ จะนำเราไปสู่กระบวนการกระตุ้นให้สมองของเราได้ใช้ความสามารถในการคิดวิเคราะห์หาเหตุผลและทางเลือกต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้เราสามารถตัดสินใจได้ดีที่สุดในการปรับตัวเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในแต่ละสถานการณ์

กล่าวโดยสรุป ไม่ว่าจะเป็นการแต่งงานหรือการแต่งงานกับงาน การเตรียมความพร้อม **โดยใช้ทักษะการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (empathy) และ การปรับตัวเพื่อให้เราสามารถประสบความสำเร็จและความสุข** โดยการเปิดใจเพื่อใช้ในการปรับตัวให้ดีที่สุดในแต่ละเหตุการณ์

ซึ่งกระบวนการที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เป็นการนำคำว่า engagement มาปรับใช้อย่างง่ายและได้ผลที่ดี ซึ่งเป็นการแสดงความยึดมั่นผูกพันที่เรามีต่อคนที่เรารักและความยึดมั่นผูกพันที่เรามีต่องานที่เราทำ นั่นคือ เมื่อเราตกลงปรองปรองใจอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว เราจะยึดถือและยึดมั่นผูกพันกับคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้ต่อกันว่า

ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้น เราจะดูแลรักษายึดมั่นความผูกพันในสิ่งที่เราได้ให้คำมั่นไว้ต่อกันนั่นเอง ©TAC



Entrepreneurship

In The 4IR (ตอนที่ 2)

ในตอนที่แล้ว เราพูดถึงความหมายของตัวอักษร A และ B ไปแล้ว ตอนนี้จะมาพูดถึงตัวต่อไป คือ ตัว C และ D

C. Cyber-Security

การเปลี่ยนแปลงของค่าของข้อมูล สร้างประเด็นเพิ่มขึ้นในหลายแง่ เช่น ความเป็นเจ้าของของข้อมูล การแลกเปลี่ยนค่าของข้อมูล การซื้อขายข้อมูลในตลาดชั้นสอง การแยกแยะแบ่งประเภทข้อมูล กฎหมายบังคับการดูแลการใช้ข้อมูล ความปลอดภัยของข้อมูล ความเสถียรของระบบรักษาและกระจายข้อมูล เป็นต้น

ด้วยการขยายตัวปริมาณจำนวนข้อมูลที่กำลังจะมาถึงโดยสิ่งเช่น IoT และความพึ่งพา Reliance ในการใช้ข้อมูลที่เพิ่มขึ้น เป็นสาเหตุที่การดูแลรักษาและความปลอดภัย ความเสถียรของข้อมูลนั้น รวมถึงระบบที่ควบคุมและรับผิดชอบ ความถูกต้องของข้อมูลนั้น จึงมีบทบาทและความสำคัญที่เพิ่มขึ้นอย่างสูงเช่นกัน

ดูตัวอย่างของรถที่สามารถขับเคลื่อนด้วยคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า Self-driving Autonomous Vehicle มีคุณสมบัติครบทุกประการ ที่บอกถึงบทบาทที่เพิ่มขึ้นในส่วนของ Cyber-security ซึ่งได้เห็นง่าย เพราะความเสี่ยงได้เพิ่มขึ้นกับ ชีวิตคน ที่เป็นส่วนที่เสี่ยงที่จะเสีย จากกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นมา

Theme ใหญ่ๆ ใน Cyber-security รวมถึง Hacking, Privacy, Crime, Vulnerability, Data Monitoring, Ethics, Open-sourcing, Trustless Systems, และ Blockchain Technology เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องติดตาม

D. Distributed Ledger Technology

มาถึงประการสุดท้าย ที่มีคนฝากความหวังไว้กับความสามารถที่สิ่งนี้จะเปลี่ยนแปลงทุกอย่างได้โดยสิ้นเชิง คือ DLT หรือในคำขยายเต็มคือ ระบบเทคโนโลยีบันทึกเก็บข้อมูลที่กระจายจากจุดศูนย์กลาง หรือที่อาจคุ้นเคยกันมากกว่า คือ Blockchain Technology นั่นเอง แต่เป็นชื่อเรียกของหมวดที่ใหญ่กว่าและรวม Blockchain เป็นเพียงหนึ่งตัวอย่าง ที่ตกอยู่ภายใต้กลุ่มเทคโนโลยี DLT เพราะเป็นหนึ่งวิธีที่มีคุณสมบัติของ DLT ครบหมด ถึงจะเป็นตัวแรกก็ตาม

โดยพื้นฐานแล้ว **Blockchain Technology** ที่ใช้อยู่เบื้องหลังบิตคอยน์ ไม่ได้ซับซ้อนมาก เราสามารถอธิบายได้ง่ายๆตรงๆ เลยว่ามันคือระบบฐานข้อมูลที่มีคุณสมบัติแตกต่างที่พิเศษ สืบเนื่องมาจากความแตกต่างของบล็อกเชนที่ระบุกฎการใช้เป็นบางอย่างลงไปในตัวโปรแกรม ซึ่งถือว่าเป็นกฎตายตัวที่เขียนอยู่ใน code แล้วไม่มีทางที่จะถูกเปลี่ยนแปลงไปได้เลยทั้งสิ้น หรือที่เรียกว่า hard code

โดยตัวอย่างเช่น **บิตคอยน์ ในที่นี้ใช้บล็อกเชนเป็นฐานข้อมูล** ซึ่งเก็บสภาวะของบัญชีและประวัติการส่งรับโอนจำนวนบิตคอยน์ ระหว่างบัญชีต่อบัญชี (Ledger) ที่ผ่านมาในอดีตทั้งหมดทุกรายการ เก็บบันทึกไว้ในทางที่ย้อนรายการกลับไม่ได้ อย่างเด็ดขาด และกระจายฐานข้อมูลที่พูดถึงนั้น ให้กับทุกคนที่เกี่ยวข้องทั่วทั้งโลกให้มีถือปฎิบัติเดียวกันทั้งหมด (Distributed) ในรูปแบบเต็มและล่าสุดเพื่อการยืนยันรายการที่ผ่านมาตามจริง

คุณสมบัติพิเศษของ บล็อกเชนเทคโนโลยี (ซึ่งทั้งกลุ่มที่เรียกว่า DLT ควรจะมีคุณสมบัติเหมือนกันหมดเป็นขั้นต่ำ) ต้องอธิบายมาจากรายละเอียดทางเทคนิค ถ้าหากว่าต้องการจะเข้าใจลึก แต่แค่บอกว่าเนื่องมาจากการเข้ารหัสของข้อมูล (Encryption) การเรียงลำดับรายการที่ตายตัว (Linear Sequential) และการเช็คความถูกต้องด้วยวิธีคำนวณที่เรียกว่าการ “ขุด” (Mining Consensus Algorithm) ทำให้ บล็อกเชน มีความปลอดภัย ด้านทานจากการทุจริตได้อย่างแท้จริงและถาวร จึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างค่าได้มหาศาล

ผลลัพธ์ของการกำเนิดของ DLT ขึ้นมา มาจากที่เราสามารถเชื่อมต่อกันระหว่างกันด้วยความสมัครใจ (Permissionless) แล้วกลายเป็นเน็ตเวิร์กถึงกันโดยตรง (Peer-to-peer Network, or P2P) ที่แลกเปลี่ยนระหว่างกัน โดยที่ไม่ต้องคำนึงถึงว่าไว้อีกฝั่งได้หรือไม่ (Trustless) เพราะว่าความถูกต้องของข้อมูลเป็นหนึ่งของคุณสมบัติของ DLT และความตายตัวของรายการเมื่อเริ่มขบวนการแล้ว ทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงความจริงโดยการย้อนหลังได้ (Immutability)

เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่คนสามารถทำรายการผ่านอินเทอร์เน็ต โดยที่ไม่ต้องมีบุคคลที่สามตรงกลาง เพื่อรับรองรายการจากความเสียหายหรือความไม่หวังว่าอาจโดนโกง เพราะมี DLT มาเป็นชั้นที่เพิ่มขึ้นมาเสริมในอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้เกิดความไว้วางใจขึ้นได้จาก code ที่ตายตัว บิตคอยน์ เอาเทคโนโลยีนี้มาใช้สำหรับการส่งเงิน แล้วประสบความสำเร็จในทุกอย่างที่ตั้งใจไว้อย่างท่วมท้น

ความสามารถของ DLT เห็นได้ชัดเจนกับการใช้ส่งข้อมูลทางการเงิน แต่โดยหลักแล้ว เรายังใช้ในการส่งข้อมูลอะไรก็ได้ แคมี Ethereum มาเพิ่มความสามารถขึ้นมาในการใช้ Token แทนที่มูลค่าด้วยอะไรก็ได้ เช่น ความเป็นเจ้าของหุ้นส่วน หรือสิทธิการใช้บริการ ก็ตามความเปลี่ยนแปลงกันไม่ทันแล้ว และกฎหมายแทบจะปรับตัวไม่ทันเลย **แต่ที่ชัดเจนคือ DLT ต้องมีบทบาทที่สำคัญในโลก 4IR ในการเชื่อมต่อความสามารถของเทคโนโลยีกับความต้องการของคน** ที่ใช้เทคโนโลยีในอนาคตที่ใกล้สุด

สิ่งที่ควรจับตามองอย่างยิ่ง คือบทบาทของ DLT รุ่นใหม่ เช่น IOTA ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับกับปริมาณข้อมูลระดับ IoT หรือ HSN ที่มารองรับกับระบบความเร็วสูง 5G ความก้าวหน้าในบล็อกเชนที่แบ่งแยกสองชั้น (2-tiered protocol) กับอีกอย่างที่ยังคาดการณ์ไม่ถึง คือการรวมตัวของ DLT กับ AI (convergence)

4IR ในยุคสมัยข้อมูล Information Age

คุณสมบัติส่วนหนึ่งของปัจจัยสี่ประการที่เขียนถึงข้างต้น ทั้งหมดอยู่ที่ขอบเขตความรู้และการเจริญก้าวหน้าของทุกคนทั้งโลกพร้อมกัน เพราะฉะนั้นการสร้างความสำเร็จต้องอยู่กับความไม่แน่นอน และความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ ซึ่งได้มาจากข้อมูลใหม่ การค้นพบสิ่งใหม่ กับปรัชญาความคิดหรือวิธีการนำเสนอใหม่ เป็นประเด็นที่ทั้งเพิ่มความท้าทายและส่งแรงผลักดันพร้อมกันตลอดเวลา ต้องเข้าใจวิธีการที่จะดำรงตัวอย่างมีประสิทธิภาพ และพร้อมที่จะปรับตัวกับความต้องการภายใต้สถานการณ์ใหม่ได้ในพริบตา เป็นการฝึกที่ฝังอยู่ในพื้นฐานของความเป็นผู้ประกอบการนั่นเอง

โจทย์ของผู้ประกอบการในวาระ 4IR

เริ่มด้วยการทำความเข้าใจกับคำความหมายของ Entrepreneur กันก่อน ซึ่งความหมายของ Entrepreneur คือความเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งตามมาด้วยการที่มี “จิตวิญญาณของความเป็นเจ้าของกิจการ” ซึ่งรวมไปถึงกลุ่มคนที่สามารถถือว่ามีความเป็น Entrepreneur แต่ไม่ได้เป็นเจ้าของกิจการของตัวเอง เพราะสาเหตุนี้ผมถึงชอบกับความหมายของคำแปลว่า “ผู้ประกอบการ” มากที่สุด

ต่อมา ความเป็นผู้ประกอบการ มีนิยามว่าอย่างไร ผู้ประกอบการ คือคนที่มีความสามารถที่จะเข้าใจความต้องการของแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้อง และ ลงมือกับการกระทำที่ตอบสนองความต้องการเหล่านั้น

Entrepreneur มีรากศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศส ซึ่งให้คำนิยามว่า “คนที่เป็น entrepreneur เป็นคนที่มองเห็นโอกาส และมีความสามารถที่จะจับมูลค่าหรือสร้างมูลค่าจากโอกาสนั้น เพื่อจุดประสงค์ของการทำรายได้หรือเก็งกำไรจากมัน”

ความเป็นผู้ประกอบการใน 4IR

สิ่งที่เป็นระดับพื้นฐานของปัจจัยของความเคลื่อนไหวที่ขับเคลื่อนความก้าวหน้าใน 4IR ซึ่งจะช่วยปรับความเข้าใจให้เพิ่มขึ้นจากการสร้างความเข้าใจและเก็บข้อมูลมาจากรากฐานภายใต้ทุกอย่าง คือจุดเริ่มต้นที่มั่นคงสำหรับการต่อยอดด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือทำการวิเคราะห์เบื้องต้นสำหรับตนเอง ซึ่งจะทำให้เริ่มเห็นแนวทางของการเปลี่ยนแปลงกับความต้องการในตลาดที่ตามมาคู่กัน นำไปสู่โอกาสที่สามารถจับได้และเอามาทำเป็นประโยชน์ให้กับคนรอบข้างตัวเรา จะเป็นองค์กรหรือบริษัทที่มีความต้องการ หรือสังคมโดยรวมก็ตาม

การที่เราจะสร้างความสามารถกับการมองเห็นโอกาสที่เกิดจากแนวโน้มของความก้าวหน้าทั้งหลายและเป็นโอกาสใหญ่พอที่สมควรกับการลงมือลงแรงเข้าไปจับ หลักๆ มีอยู่สองอย่างที่ต้องเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เพราะว่าเวลาเมื่อใดที่สองอย่างนี้เข้ามามีบทบาทคู่กันอย่างเหมาะสม เมื่อนั้นถึงจะเกิดการเปลี่ยนแปลงที่หนักแน่นและถาวรอย่างแท้จริง



อย่างแรก คือ การเข้าใจความก้าวหน้าของเทคโนโลยี หมายถึงเข้าใจที่มา คือปัจจัยที่นำมาสู่จุดใหม่นี้ และที่ไป คือสิ่งที่ได้รับการตอบโต้ หรือแนวทางที่เป็นส่วนของภาพรวมที่ต้องเอาไปพัฒนาต่อไป (การต่อยอดภายใต้โจทย์ที่ใหญ่กว่า) ความหมายของการเข้าใจเทคโนโลยี รวมถึงผลกระทบที่มีทั้งในเชิงปฏิบัติกับวิธีการปัจจุบันที่อาจเปลี่ยนไปในเชิงทฤษฎี

อย่างที่สอง คือ หลักธรรมชาติของเทคโนโลยีโดยเฉพาะกับเทคโนโลยีอย่างเช่น ในแต่ละหมวดใน 4IR ที่เพิ่งกล่าวถึงในที่นี้ จะไม่เน้นความสำคัญในสิ่งที่เพิ่งออกสู่ตลาดมาล่าสุด เพราะเทคโนโลยีใหม่เพียงลำพังอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เข้าถึงชีวิตประจำวันของทุกคน ในความเป็นจริงแม้แต่การรู้ถึงความก้าวหน้าล่าสุดภายในวงการ ถึงจะรู้ก่อนที่จะมีคนประยุกต์เทคโนโลยีนั้นมาลองใช้และปรับเป็นรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการนำออกมาสู่ตลาด ก็ยังไม่เพียงพอที่จะเกิดผลกระทบ อาทิเช่น ตามรูปแบบในนิยามของ Entrepreneur ที่เพิ่งกล่าวกันถึง

Entrepreneur หรือ ผู้ประกอบการที่ดี จะต้องเข้าใจด้านที่สอง ที่ต่อเมื่อรวมกันกับเทคโนโลยีใหม่ แล้วจึงจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ทั้งใหญ่และยั่งยืน สิ่งทีพูดถึงนี้คือสภาวะความต้องการของสังคมและความพร้อมที่จะรองรับกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีใหม่นั้น เป็นจุดสำคัญมากที่ผู้นำความเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จจะเข้าใจดี น้อยครั้งที่จะมีกรณีเทคโนโลยีใหม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ใหญ่จนกระทบวิถีชีวิตประจำวันของทุกคน โดยที่ไม่ได้รับบทบาทรบจากของนำจากองค์กรรัฐหรือธุรกิจ เพราะบทบาทนี้ต้องมีการคำนึงถึงความต้องการของตลาด กับความพร้อมรับของสังคม โดยปริยาย

สรุปคือผู้ประกอบการสามารถนำความเข้าใจความก้าวหน้าของเทคโนโลยีประยุกต์รวมกับความต้องการของตลาดและความพร้อมของสังคมที่จะรองรับกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และทำให้เกิดเป็นรูปธรรม จะสามารถขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่และยั่งยืน ซึ่งถ้าใช้มุมมองแบบนี้ พิจารณาช่วงเวลา 4IR ที่ได้มาถึงแล้ว น่าจะดีใจที่ได้มาถึงช่วงเวลาแห่งโอกาสทองสำหรับผู้ประกอบการที่ได้ทำความเตรียมพร้อมครับ



From Co-Creator of
NETFLIX
Culture Deck

POWERFUL

Building a Culture of
Freedom and Responsibility

Patty McCord (2017)

ทำไม NETFLIX ถึงมีแต่คนโคตรเก่ง
ฉบับแปลไทย สำนักพิมพ์อมรินทร์อวทู

NETFLIX บริษัทแห่งซิลิคอนแวลลีย์ ผู้ก้าวขึ้นมาเทียบเคียงกับบริษัทชั้นนำอย่าง Apple, Google, Facebook หรือ Amazon ที่ยังคงเติบโตแผ่ขยายอิทธิพลและตลาดไปยังทั่วโลกอย่างรวดเร็ว กลายเป็นบริษัทที่ทุกคนต้องจับตามอง และกล่าวขานถึงในปัจจุบัน

อะไรคือความลับของเน็ตฟลิกซ์ และทำไมคนของเน็ตฟลิกซ์จึงได้รับการยอมรับว่ามีความแตกต่างจากองค์กรอื่น.. Powerful หนังสือที่เปิดเผยความลับของเน็ตฟลิกซ์ โดยอดีตหนึ่งในทีมผู้บริหารคนสำคัญของเน็ตฟลิกซ์ **แพตตี แมคคอร์ด (Chief Talent Officer)** ที่พยายามถ่ายทอดเรื่องราวจากประสบการณ์ ให้กลายเป็นคู่มือแนะนำ สำหรับการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ทรงพลัง ซึ่งนั่นคือเคล็ดลับความสำเร็จของเน็ตฟลิกซ์อย่างที่เราต้องการเปิดเผย

เมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว เน็ตฟลิกซ์เริ่มต้นจากธุรกิจบริการเช่าวิดีโอออนไลน์จนถึงปี 2007 เมื่อกิจการซบเซา ริด แอสติงส์ ผู้ก่อตั้งเน็ตฟลิกซ์ ตัดสินใจปรับรูปแบบธุรกิจขององค์กรครั้งใหญ่ เปิดให้บริการแพลตฟอร์มสตรีมมิงภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ออนไลน์ สร้างจุดเด่นด้วยการผลิตออริจินัลคอนเทนต์ของตัวเอง เรื่องแรกคือ House of Cards โดยการสร้างองค์กรนั้น ริด แอสติงส์ มุ่งให้ "วัฒนธรรมองค์กร" เป็นกลจักรในการขับเคลื่อนการเติบโตของเน็ตฟลิกซ์ ทั้งนี้สามารถดูได้จาก Reference Guide on our Freedom & Responsibility Culture ที่เป็นเสมือนคู่มือพนักงาน ในรูปแบบของเอกสาร 128 สไลด์ (ซึ่งเปิดให้ผู้สนใจดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์บริษัท) และสร้างค่านิยมสำคัญ 9 ประการในบุคลากรเน็ตฟลิกซ์ทุกคนในทุกส่วนงาน

สำหรับหนังสือเล่มนี้นั้น จะใช้เรื่องราวต่างๆ เพื่ออธิบายถึงความจำเป็นของค่านิยมดังกล่าว ไปสู่การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง โดยแพตตี แมคคอร์ด ยังได้แบ่งปันแนวคิดของเน็ตฟลิกซ์ที่ใช้ในการบริหารบุคลากรสำคัญ 5 ประการอันได้แก่ **1) ส่งเสริมให้พนักงานได้ตัดสินใจด้วยตัวเองอย่างมีอิสระ 2) ทุกข้อมูลต้องเปิดเผยอย่างกว้างขวางและเท่าเทียม 3) ต้องวิจารณ์กันต่อหน้า ห้ามพูดลับหลัง 4) เกือบแต่คนที่ทำงานเก่งไว้เท่านั้น และ 5) มีกฎระเบียบให้น้อยที่สุด**

นี่เป็นเพียงตัวอย่างแนวทางของเน็ตฟลิกซ์ที่สามารถใช้นำพาองค์กรไปสู่การเติบโตที่ได้.. แน่นอนว่ายังมีเคล็ดลับอีกมากมายที่จะได้จากหนังสือเล่มนี้ **©TAC**



The Professor and the Madman ศาสตราจารย์กับปราชญ์วิกตอเรีย (2019)

by Mel Gibson, Sean Penn, Eddie Marsan

ผลงานดราม่าดัดแปลงจากเรื่องจริงว่าด้วยอัจฉริยะ ผู้อยู่เบื้องหลังการสร้างพจนานุกรมอังกฤษออกซ์ฟอร์ดเล่มแรกของโลก อันใช้เวลารวบรวมคำศัพท์ภาษาอังกฤษทั้งหมด ยาวนานกว่า 70 ปี โดยสองผู้ยิ่งใหญ่ (รับบทนำโดย Mel Gibson และ Sean Penn) ผู้อยู่เบื้องหลังผลงาน **“พจนานุกรมอังกฤษออกซ์ฟอร์ด”** ซึ่งถือกันว่าเป็นพจนานุกรมที่ยิ่งใหญ่ที่สุด

เรื่องราวเริ่มต้นจากจากเหตุการณ์กรรมบนถนนในลอนดอนสมัยยุควิกตอเรีย โดยนายแพทย์วิลเลียมเชสเตอร์ ไมเนอร์ อดีตศิษย์แพทย์กองทัพสหรัฐ ถูกคุมขังอยู่ในโรงพยาบาลสำหรับนักโทษเสียสติ เขาใช้ทั้งชีวิตอยู่ในสถานที่แห่งนี้ และใช้เป็นสถานที่สืบเสาะประวัติที่มาที่ไปของอักษรอังกฤษแต่ละตัว เพื่อส่งให้หออักษรศาสตร์แห่งออกซ์ฟอร์ดที่มี ดร.เจมส์ เมอร์เรย์ คอยทำการอย่างใกล้ชิดแทบจะทุกขั้นตอนสิ่งที่ทำให้ปราชญ์ทั้งสองได้ใกล้ชิดกัน ก็คือจดหมายรายการคำต่างๆ ที่หออักษรศาสตร์กำลังต้องการหรือที่ผลงานของ ดร.เจมส์ กำลังประสบปัญหาอยู่ ซึ่งวิธีการนี้เองทำให้ทั้งสองสนิทกันอย่างรวดเร็วผ่านตัวหนังสือ เวลาที่ล่วงเลยไปหลายสิบปีกว่าปราชญ์ยิ่งใหญ่ทั้งสองท่านจะได้พบกัน ทั้งที่ทำงานห่างกันเพียงไม่กี่ไมล์และเมื่อได้พบกัน ดร.เจมส์ จึงได้รู้ถึงความจริงแล้วสถานภาพของนายแพทย์ไมเนอร์เป็นเช่นไร ความผูกพันทั้งสองก็ได้ผูกมัดเป็นความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน

เป็นหนังอีกเรื่องที่ยอยากให้ทุกท่านได้สัมผัสถึงความเศร้าที่เปี่ยมล้นไปด้วยความเห็นอกเห็นใจ ความผูกพันของเพื่อน และความมุ่งมั่นในการทำสิ่งที่ยิ่งใหญ่ให้ประสบความสำเร็จ

ถือว่าเรื่องนี้มีทั้งความตื่นเต้น หดหู่ และสงสาร ใครที่อยากจะไปดูออกตรงนี้เลยว่ ขอให้เตรียมใจของคุณให้เข้มแข็ง อย่าทำให้ใจของคุณหดหู่เป็นอันขาดหลังจากดูเรื่องนี้แล้ว ©TAC

web 2.0

หมายถึง เว็บไซต์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่พัฒนาขึ้นจากผู้ใช้หรือผู้ที่มีส่วนร่วมเป็นหลัก เป็นคำที่กล่าวขึ้นครั้งแรกโดย **Darcy DiNucci** ตั้งแต่ปี 1999 ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญจากการออกแบบเว็บไซต์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอของผู้จัดทำ เป็นการออกแบบโดยผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง สนับสนุนการแบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ใช้ด้วยกันเอง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมิได้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงทางเทคนิคอย่างมีนัยสำคัญใดๆ ตัวอย่างของเว็บ 2.0 ได้แก่ Social Media (Facebook), video Sharing (YouTube), Blogs, Wikis เป็นต้น

ทั้งนี้เว็บ 2.0 จะมีคุณสมบัติที่เรียกว่า SLATES ซึ่งเป็นอักษรย่อมาจาก Search (ค้นหาข้อมูลได้) Links (เชื่อมโยงข้อมูลภายใน) Authoring (สามารถสร้างและอัปเดตเนื้อหาได้โดยผู้ใช้ เช่น การโพสหรือถาม/ตอบในกระทู้ที่ตั้งไว้) Tags (สามารถเพิ่มเติมการจัดหมวดหมู่เนื้อหาได้โดยไม่ถูกจำกัดให้อยู่ในกลุ่มเนื้อหาที่ถูกสร้างไว้อยู่แล้ว) Extensions (มีส่วนประกอบเพิ่มเติมให้กับเว็บได้) และ Signals (มีการใช้งานเทคโนโลยี syndication เช่นพวก RSS feeds เพื่อแจ้งให้ผู้ใช้รับรู้ข่าวสารที่อัปเดต)

