



CHANGE

depa  for
Issue 1 / 2021

โลกเปิด เราปรับ สังคมเปลี่ยน

Data Community
ยินดีต้อนรับสู่
Data 5.0

Follow Your
Passion พุดคุยกับ
EDWIN สตรีมเมอร์
เงินล้าน

Social Media
ไทยแอกทีฟเป็นที่หนึ่ง

บริษัทอัตโนมัติ
แบบพิมพ์เขียว
ของธุรกิจใหม่
ในยุคดิจิทัล



COMMUNITY

depa Journal Issue 1

CONTENTS

Privacy for IoT **2**
 การพัฒนา IoT ในบริบทกฎหมาย
 คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

**ยินดีต้อนรับสู่ยุค
DATA 5.0** **3**

Follow Your Passion **5**
 แบนด์ - ธนาคาร แซ่โจ้ว

Digital 2021 **7**
 เมื่อโลกมองไทย อะไรเกินร้อย

**ไทยที่หนึ่งเรื่องเน็ตบ้าน
กลับห่างไกลรูไม่เท่ากัน** **9**

Automatic Company **11**
 บริษัทอัตโนมัติ

Q&A คำถามประจำเล่ม

“จากบทสัมภาษณ์ ของคุณแบนด์ - ธนาคาร แซ่โจ้ว หรือ Edwin นัก Streaming Game อันดับ 1 ของแพลตฟอร์ม NimoTV ที่เขาได้บอกถึง คุณสมบัติที่นัก Streaming Game ควรจะต้องมี คืออะไรบ้าง และเพราะอะไร”



ส่งคำถามของคุณมาที่ LINE @depa Thailand
 ง่าย ๆ ง่าย ๆ ง่าย ๆ
 “ร่วมสนุกกับ depa for CHANGE ผ่านแอปพลิเคชัน...
 เพื่อชิงรางวัลของสิทธิ์ดิจิทัลจาก 501 จำนวน 5 รางวัล
 ขณะแข่งขันจะจบในวันที่ 10 กรกฎาคม 2564
 จะประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัลในฉบับต่อไป”



Executive Quest



ปัจจุบัน ดิจิทัลถือเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมไทย ประชาชนในทุกพื้นที่ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดต่อสื่อสาร และทำธุรกรรมต่าง ๆ

ดังนั้นรัฐบาลต้องเร่งกระจายโครงสร้างพื้นฐานให้ครอบคลุม ทัวทั้งในพื้นที่ เพื่อให้ประชาชนทุกคนสามารถใช้งานสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายอินเทอร์เน็ต WiFi ฯลฯ ได้ไม่เว้นแม้แต่ผู้ยากไร้และประชาชนในพื้นที่ห่างไกล พร้อมกันนี้ รัฐบาลต้องมอบองค์ความรู้ควบคู่กับการพัฒนาคนในชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเหล่านั้น พร้อมวางรากฐานด้านกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้งานได้อย่าง

ปลอดภัย รู้เท่าทัน ไม่เกิดการเอาเปรียบเปรียบ มีความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจและสามารถแข่งขันได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ต้องมีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) เพื่อป้องกันและดูแลประชาชนในการใช้งาน Social Media ในทางที่ถูกต้อง และเกิดประโยชน์สูงสุด

**นายชัยวุฒิ ธนาคมานุสรณ์
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัล
เพื่อเศรษฐกิจและสังคม**

Editor Note

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ depa มีพันธกิจสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัลผลักดันให้เกิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และความมั่นคงของประเทศ

สำหรับการจัดทำวารสาร depa for CHANGE ในครั้งนี้ถือเป็นช่องทางการสื่อสาร ส่งมอบความรู้ รวมถึงเทรนด์ใหม่ๆ ในแวดวงดิจิทัลผ่านมุมมองมิติต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด 'CHANGE' ซึ่งหากตีความหมายแบบตรงไปตรงมาก็คือ **ความเปลี่ยนแปลง** โดยเนื้อหาภายในเล่มจะช่วยให้ผู้อ่านเกิดความรู้ตระหนักรู้ พร้อมปรับตัว รองรับการ

เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว และยังมีความหมายแฝงที่ต้องการเล่าผ่านแนวคิดนี้ ซึ่งตัวอักษรของคำว่า CHANGE แต่ละตัวสื่อถึง C – Community, H - Hall of Fame, A – Artificial Intelligence, N – National, G – Government และ E – Entrepreneurship

มาติดตามกันว่า เทคโนโลยีดิจิทัลจะเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อสังคม/ชุมชนได้อย่างไร มีเรื่องราวไหนที่น่าสนใจ กำลังเป็นที่พูดถึง หรือเป็นกระแสในขณะนี้บ้าง ซึ่งผู้เขียนหวังว่าวารสาร depa for CHANGE จะช่วยให้ผู้อ่านสามารถนำความรู้ และสารสำคัญมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประยุกต์ใช้ได้จริง กระทั่งตกผลึกเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ผู้อ่านทุกท่านในที่สุด

**ดร.ณัฐพล นิมมานพัชรินทร์
ผู้อำนวยการใหญ่
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)**

ระวัง!

ข้อมูลรั่วไหลไม่รู้ตัว กับอุปกรณ์ IoT

IoT (Internet of Things) หรือ Smart Things ที่ขายกันในท้องตลาด ต้องใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในการประมวลผลข้อมูล เพื่อให้อุปกรณ์สามารถตอบสนองต่อโจทย์การใช้งานของผู้ใช้ ข้อมูลของผู้ใช้จะถูกเก็บไว้บนอุปกรณ์เหล่านั้นหรือบนระบบคลาวด์ (Cloud)

“

รู้หรือไม่?

ข้อมูลส่วนบุคคลของคุณอาจจะเสี่ยงต่อสิทธิและเสรีภาพ หรือข้อมูลส่วนตัวรั่วไหลได้ กฎหมาย PDPA ที่จะประกาศใช้ในอนาคตจึงมาเพื่อรองรับเรื่องเหล่านี้จากการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล

”

รู้ไว้สักนิดก่อนใช้ อุปกรณ์ IoT

1. ผู้ใช้ให้ความยินยอมเปิดเผยข้อมูลแบบไม่รู้ตัว (Invalid Consent) อุปกรณ์อาจจะต้องประมวลผลเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพข้อมูลพันธุกรรมต่าง ๆ ซึ่งในการประมวลผลด้วยขนาดของอุปกรณ์อาจมีขนาดเล็ก อาจจะไม่มีการขอความยินยอมตามนโยบาย PDPA และข้อมูลของคุณก็ติดอยู่กับอุปกรณ์ที่ใช้
2. การประมวลผลข้อมูลมีความแตกต่างกันออกไป อาจสามารถวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้ อุปกรณ์จากการใช้งานได้ เช่น พวกอุปกรณ์ Smart Home ต่าง ๆ อาจเข้าถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้ใช้งานได้
3. การใช้ประโยชน์ของข้อมูล กฎหมาย PDPA จะมามีบทบาทสำคัญที่จะคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้ ทำให้เทคโนโลยีมีความโปร่งใส

PDPA (Personal Data Protection Act, B.E. 2019) คือพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เหตุผลในการประกาศใช้ PDPA เนื่องมาจากเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้น ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ มีความหลากหลายขึ้น ทำให้การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลทำได้ง่าย และหลายครั้งก็นำมาซึ่งความเดือดร้อนรำคาญหรือสร้างความเสียหายให้แก่เจ้าของข้อมูล ตลอดจนสามารถส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้ด้วย จึงต้องมีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขึ้นเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์กลไก หรือมาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่รวมถึงการเก็บรวบรวมใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลขึ้น

กฎหมายฉบับดังกล่าวมีขึ้นเพื่อคุ้มครอง “ข้อมูลส่วนบุคคล” ของประชาชน ไม่ว่าจะเป็ข้อมูลที่มีสื่อถึงตัวเขาได้โดยตรงหรือโดยอ้อม ส่วนแล้วแต่เป็นข้อมูลที่จะมีการถูกเก็บรวบรวมถูกนำเอาไปใช้ หรือถูกเปิดเผยไม่ได้ เว้นแต่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล

ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data) ได้แก่ ชื่อ - นามสกุล เลขประจำตัวประชาชน ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ วันเกิด อีเมล การศึกษา เพศ อาชีพ รูปถ่าย ข้อมูลทางการเงิน นอกจากนี้ยังรวมถึง ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความละเอียดอ่อน (Sensitive Personal Data) เช่น ข้อมูลทางการแพทย์หรือสุขภาพ ข้อมูลทางพันธุกรรม และไบโอเมทริกซ์ เชื้อชาติ ความคิดเห็นทางการเมือง ความเชื่อทางศาสนาหรือปรัชญา พฤติกรรมทางเพศ ประวัติอาชญากรรม ข้อมูลสภาพแรงงาน เป็นต้น



ผู้เขียน

ศุภวีร์ มานนท์

Certified Information Privacy Professional
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ซีโนทาส อุดมผล

Optimum Solution Defined (OSD)

หหลายคนเห็นชื่อบทความอาจจะพาลสงสัยว่า “เราอยู่ในยุค DATA 5.0 ตั้งแต่เมื่อไร?” หรือ “ลำพังแค่ Digital Marketing ฉันทยังตามไม่ทันเลย!” แต่ผมอยากจะบอกว่า ในความเป็นจริง ณ เวลานี้เราอยู่ในโลกยุค Data โดยไม่รู้ตัวมาสักพักแล้วครับ ถ้าคุณยังนึกภาพไม่ออกว่าเราอยู่ในโลกยุค Data ได้อย่างไร มาครับ ผมจะเล่าให้คุณฟัง

เช้าวันนี้คุณตื่นขึ้นมาอาจจะด้วยอาการง่วงเจียจากนาฬิกาปลุกที่ตั้งไว้ หรืออาจจะตื่นเองตามเวลาที่คุ้นเคย สิ่งแรกที่คุณทำคงจะเป็นการหยิบโทรศัพท์มือถือขึ้นมาเช็ค Notification ว่ามีใครส่ง LINE หรือ Email หรือแท็กคุณใน Facebook หรือไม่

เมื่อคุณหยิบขึ้นมาก็เปิดอ่านข้อความต่าง ๆ จนครบ เปิด Facebook ไล่เช็คฟีดข่าวใหม่ ๆ เปิด Twitter เช็คเทรนด์แฮชแท็กประจำวันที่เกิดขึ้นเมื่อคืน บางคนเปิด Instagram ดูว่าเมื่อคืนที่ผ่านมาตัวเองพลาดอะไรไปบ้าง บางคนอาจจะเปิด Clubhouse ขึ้นมาเพื่อดูว่าห้องของ Speaker คนที่ตัวเองชอบเริ่มพูดหรือยังเช้านี้

นี่คือการป้อน Data กลับไปยังโทรศัพท์มือถือและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของคุณในช่วงเช้า คุณบอกให้ iPhone รู้ว่าคุณน่าจะตื่นกี่โมงเมื่อดูจากเวลาที่คุณหยิบเครื่องขึ้นมาเปิดเล่นเป็นประจำจนเข้าใจ Pattern ความแตกต่างระหว่างการตื่นนอนในวันธรรมดา กับวันหยุดได้ในระยะเวลาไม่นาน จากนั้นระบบการชาร์จแบตเตอรี่โทรศัพท์ iPhone ก็จะตั้งเวลาว่าเมื่อไหร่ที่คุณใกล้ตื่นมันจะค่อยชาร์จแบตเตอรี่ที่ค้างไว้ 80% ให้จนเต็ม เพื่อเป็นการยืดอายุการใช้งานแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือของคุณให้ยาวนานขึ้น

แล้วบรรดาโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่าง ๆ ก็จะไปรู้เวลาที่ คุณจะเริ่มกลับมาใช้งานแพลตฟอร์มของพวกเขา แล้วพวกเขาก็เรียนรู้ความชอบของคุณ จากคอนเทนต์ต่าง ๆ ที่คุณหยุดอ่าน เรียนรู้มากขึ้นว่าจากอันไหนที่คุณกดไลก์ คอมเมนต์ หรือแชร์ รู้กระทั่งว่าคุณไลก์รูปภาพแบบไหนบ่อย ๆ แล้วเจ้าระบบโซเชียลมีเดียก็จะไปควานหาโพสต์แบบนั้นจากเพื่อน ๆ ของคุณหรือแม้แต่จากแฟนเพจต่าง ๆ ที่คุณไปกดไลก์มาป้อนให้คุณเห็นเพิ่ม เพื่อให้คุณยังใช้งานระบบเหล่านั้นเพิ่มขึ้นครับ

“
เห็นไหมครับว่า
แค่การตื่นนอนแล้ว
หยิบโทรศัพท์ขึ้นมาเล่น
ก็ก่อให้เกิด Data
ที่สามารถเอาไปใช้
ทำให้ชีวิตเราสะดวกสบาย
ขึ้นได้แล้ว

”
จากนั้นพอเราอาบน้ำเสร็จใครที่ต้องขับรถไปทำงานก็มักจะเปิด Google Maps ดูว่าควรจะไปทางไหน ผมเป็นคนหนึ่งที่ทำเป็นประจำทุกวันเช้าเพราะบ้านผมออกได้สองทาง บางทีเส้นหลักติดผมก็ขับหลบไปถนนเส้นเล็กหลังบ้าน หรือถ้าเส้นหลักหน้าบ้านโล่งก็จะขับออกไปด้วยความสบายใจ

การที่เราเปิด Google Maps ไประหว่างขับรถนั้นก็ถือเป็นการทิ้งใช้และสร้าง Data ไปพร้อมกันนะครับ อันดับแรกเราใช้ Data ที่คนอื่นสร้างไว้ว่าถนนเส้นไหนเป็นสีเขียว ส้ม หรือแดง จากนั้นก็ไปสร้าง Data เพิ่มว่าถนนเส้นนั้นแดงจริงด้วยความเร็วในการเคลื่อนที่ต่ำ ๆ หรืออาจจะกลายเป็นเขียวถ้าเราสามารถวิ่งฉิวไปถึงที่ทำงานได้

ยินดีต้อนรับ สู่ยุค DATA 5.0

ยังไม่นับถึงบรรดาเว็บช้อปปิ้งออนไลน์มากมายที่คุ้นเคยไม่ว่าจะเป็น Shopee หรือ Lazada หรืออาจจะจะเป็น JD Central ที่เรามักหาเรื่องเสียเงินซื้อของเป็นประจำ ผมอยากจะบอกว่า หน้าแรกของเว็บหรือแอปเหล่านี้ของเราแต่ละคนมีสินค้าที่ถูกนำมาแสดงไม่เหมือนกันนะครับ เพราะระบบจะเรียนรู้ความชอบของเราจากสินค้าที่เราเคยกดดู ดูจากสินค้าที่เราเคยนำไปใส่รถเข็นไว้ และดูจากว่าจริง ๆ แล้วเราเสียเงินให้กับสินค้าแบบไหนบ้าง และเราใช้เวลาตัดสินใจซื้อแบบหุนหันพลันแล่นบ้าง

หรือบรรดาแอปสั่งอาหารต่าง ๆ ก็เอา Data การสั่งอาหารของเรามาปรับแต่งเลือกนำเสนอโปรโมชันที่ตรงกับใจเรามากขึ้นทุกวันโดยที่เราหลายคนอาจจะยังไม่รู้ตัว ผมเป็นคนหนึ่งที่ชอบกินเนื้อย่างเสียบไม้กับซาไซ่มูกมาก ผมก็มักจะได้เห็นอาหารประมาณนี้ขึ้นมาแสดงผลหน้าแรกเมื่อเปิดเข้ามาในแอปเป็นประจำ ดังนั้นเราจะเห็นว่าธุรกิจทั้งหลายในวันนี้ ล้วนขยับเข้ามาเป็นธุรกิจที่สร้างผลกำไรจาก Data เพียงแต่ใช้สินค้าหรือบริการเป็นตัวกลางในการเก็บ Data จากเราเพื่อเอาไปปรับปรุงความแม่นยำในการแนะนำสินค้าหรือบริการขึ้นถัดไปครับ

ถ้ากลับมาสู่คำถามตั้งต้นที่เราก้าวเข้าสู่โลกยุค Data ตั้งแต่เมื่อไร ผมบอกได้เลยว่าก็ตั้งแต่ที่เราเริ่มก้าวเข้าสู่โลกยุคดิจิทัลนี้แหละครับ เพราะอะไรก็ตามที่เป็นดิจิทัล ล้วนมาจาก Data ผลิตออกมาควบคุมกัน เพียงแต่ช่วงแรกเราอาจจะยังไม่ค่อยรู้ว่าจะใช้งานเจ้า Data หรือข้อมูล ที่เกิดขึ้นได้อย่างไร แต่มาวันนี้เราต่างรู้กันดีว่าใครมี Data มากกว่าย่อมมีโอกาสได้เปรียบทางธุรกิจมากกว่า ดังนั้นทักษะของคนทำงานในศตวรรษที่ 21 คือเราทุกคนต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่อง Data ที่ดีพอที่จะทำให้บริษัทสนใจรับเรา มากกว่า คน อื่น หลาย คน ที่ส่งประวัติการทำงานเข้ามาสมัครงานดี ๆ ในตำแหน่งเดียวกัน

อ่านถึงตรงนี้น่าจะบางคนอาจจะยังสงสัยว่า **ทักษะเรื่อง Data นั้นสำคัญต่อการสมัครงานในศตวรรษที่ 21**

ขนาดนั้นเลยหรือ? ผมอยากจะให้ลองนึกย้อนกลับไป เมื่อสักสิบกว่าปีก่อนครับ ในสมัยนั้นคอมพิวเตอร์ถือเป็นเรื่องใหม่ บริษัทต่าง ๆ จึงเริ่มประกาศรับสมัครงานโดยดูจากคนที่มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์เพิ่มเติมขึ้นมา เพราะคอมพิวเตอร์คืออุปกรณ์สำนักงานชนิดใหม่ ในวันนี้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์โดยเฉพาะโปรแกรมพวกออฟฟิศต่าง ๆ ถูกระบุไว้ใน Job Description ชัดเจน แต่ทุกวันนี้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์เป็น ใช้โปรแกรมต่าง ๆ ได้ หรือแม้แต่การใช้อินเทอร์เน็ตไม่ถูกระบุไว้ใน Job Description อีกต่อไป เพราะทุกคนต่างคาดหวังว่าเราทุกคนจะใช้มันเป็นด้วยตัวเองเช่นกัน และนั่นก็เหมือนกับภาพของทักษะความรู้เรื่อง Data ที่ถูกระบุไว้ใน Job Description ในงานที่ได้เงินเดือนสูง ๆ ครับ



ผมเชื่อว่า อีกไม่กี่ปีข้างหน้า ทักษะความรู้เรื่อง Data หรือ Data Literacy จะกลายเป็นเรื่องธรรมดาสามัญที่เราทุกคนต้องสามารถทำได้เหมือนกับการใช้คอมพิวเตอร์ในวันนี้ เพราะโลกเรากำลังก้าวเข้าสู่ยุค Data ที่ลึกมากขึ้นเรื่อย ๆ นั่นหมายความว่าคนที่ไม่มี ความรู้ความสามารถ หรือความเข้าใจเรื่อง Data ก็ยากที่จะมีที่ยืนในศตวรรษนี้ ได้ครับ



ที่เล่ามาทั้งหมดนี้ไม่ได้ให้กลัว แต่อยากให้เห็นโอกาสที่เราจะก้าวหน้าในหน้าที่การงานก่อนใคร บางคนอาจจะคิดว่าถ้าฉันไม่ใช่ Programmer ฉันไม่ใช่ Developer ฉันไม่ใช่ Data Scientist แล้วฉันจะต้องไปเรียนรู้เรื่องเหล่านี้หรือเปล่า

ผมอยากจะบอกว่าถ้าคุณสามารถไปเรียนรู้ได้ก็จะดี แต่ก็ไม่จำเป็นเสมอไป เพราะงานที่เกี่ยวข้องกับ Data จะแตกแขนงออกไปอีกมากมายเกินกว่าที่เราจะจินตนาการได้ในวันนี้ **แต่ทักษะหนึ่งที่คุณควรต้องมีก็คือเรื่อง Data Thinking ครับ**

Data Thinking คือการคิดอย่างเข้าใจ Data เข้าใจว่า Data คืออะไร อยู่ตรงไหน จะเข้าถึงได้อย่างไร และจะเอาไปใช้งานต่อยอดได้อย่างไร เข้าใจแต่ไม่ได้หมายความว่าต้องลงมือทำทั้งหมดด้วยตัวเองได้ ก็เหมือนกับรถยนต์หนึ่งคันไม่ได้มีแค่คนประกอบร่างสร้างมันขึ้นมา แต่มันมีคนมากมายที่ช่วยกันทั้งคิดและทำจนออกมาเป็นรถยนต์คันหนึ่งครับ

ดังนั้นทักษะเรื่อง **Data Thinking** จึงสำคัญมากในศตวรรษที่ 21 ในโลกยุค **DATA 5.0** นี้ ส่วนใครที่อยากรู้ว่า Data Thinking คืออะไร ก็ลองค้นหาอ่านศึกษาเพิ่มเติมได้ แล้วในบทความตอนหน้าผมจะมาเล่าให้ฟังว่า Data Thinking คืออะไร และเราจะทำอย่างไรจึงจะมีทักษะนี้ได้ครับ

ผู้เขียน
ณัฐพล ม่วงท่า



เจ้าของเพจการตลาดวันละตอนผู้เขียนหนังสือ Personalized Marketing, Data-Driven Marketing และ Data Thinking อาจารย์พิเศษวิชา Data-Driven Marketing ชั้นปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งที่ปรึกษาด้านการตลาดสำหรับบริษัททั่วไป และเป็นที่ปรึกษาด้านการตลาดสำหรับบริษัทด้านค้าปลีกและสตาร์ทอัพ ชอบดื่มกาแฟ กินชาไข่มุก ชอบอ่านหนังสือสะสมความรู้ไปเรื่อย



FOLLOW YOUR PASSION

EDWIN

หากพูดถึง Streamer ในวงการ Game บ้านเราตอนนี้ คงไม่มีใครไม่รู้จัก Edwin Streamer อันดับ 1 ของแพลตฟอร์ม NimoTV ซึ่งครั้งนี้เรามีโอกาสได้มาพูดคุยกับเขา ถึงเรื่องราวของอาชีพในฝันที่ติดอันดับในใจเกมเมอร์หลาย ๆ คน ซึ่งนี่แหละคืออาชีพปัจจุบันที่หล่อเลี้ยงชีวิตของเขาและครอบครัว

Edwin ชายหนุ่มวัย 27 ปี ที่คร่ำหวอดอยู่ในวงการนี้มากกว่า 10 ปี เขามีชื่อจริงว่า แบงค์ - ธนาการ แซ่โจ้ว เริ่มเล่นเกมตั้งแต่วัยเด็กในรูปแบบของการเล่นเกมธรรมดา จนรู้สึกว่ามันสนุก จึงได้เริ่มแข่งขัน จากนั้นพอเริ่มมีชื่อเสียงเขาก็เริ่มล่ารางวัล ทั้งยังมีแฟนคลับเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และแฟน ๆ เหล่านั้นก็อยากดูเขา Stream Game ทำให้เขาเริ่มเข้าสู่การเป็น Streamer อย่างจริงจัง



แบงค์ - ธนาการ แซ่โจ้ว

“การ Streaming Game เปรียบเสมือนเป็นช่องทางถ่ายทอดสดออนไลน์ช่องทางหนึ่งครับ คือเราได้มาเล่นเกมให้กับคนที่ชื่นชอบเราได้ดู เป็นความเอ็นเตอร์เทนในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งคนที่เขาชื่นชอบ เขาก็จะรู้สึกสนุกไปด้วย คงคล้าย ๆ กับการดูทีวีสักช่องหนึ่งครับ และนัก Streamer เปรียบได้กับดารา แต่แค่ว่าความนิยมชมชอบของเรานั้นอาจจะยังไม่ได้ Worldwide

หรือว่ากว้างขวางเหมือนกับดาราที่คนจะรู้จักมากกว่า เข้าถึงได้ง่ายกว่า อันนี้จะเป็นที่รู้จักกันเฉพาะกลุ่มครับ แต่ถ้าเรารักหาความสามารถของเรา เราสามารถต่อยอดไปทำอย่างอื่นได้ ยกตัวอย่างถ้าเรามีความเข้าใจในเกมนั้น ๆ มากพอเราอาจจะได้เป็นฟรีเซ็นเตอร์ของเกมนั้น หรืออนาคตอาจจะได้เป็นนักพากย์ของเกมนั้นก็เป็นไปได้ครับ”



Game Is the New Entertainment

“สำหรับผมต้องบอกก่อนว่า ผมเองไม่ได้เป็น Streamer สายเก่งแบบชนะตลอดแบบนั้น คือผมได้ลองแล้ว และรู้ว่ามันไม่สนุก ส่วนตัวผมชอบดูอะไรที่คลายเครียด ดูแล้วรู้สึกสนุก ผมคิดว่าช่องผมเปรียบเหมือนช่องตลกช่องหนึ่งที่สามารถเอนเตอร์เทนเขาได้ Real-Time เล่นกับเขาได้ Real-Time ประมาณนั้นครับผมเลยคิดว่าผมชอบเอนเตอร์เทนคนดูมากกว่าที่จะเล่นให้เก่งครับ แต่ถ้าถามว่ามีเคล็ดลับบ้างไหม มีทริคให้คนดูบ้างไหมก็มีบ้างครับ ผมจะมีข้อตลกๆ ให้เขาดูบ้าง แต่ว่าเราก็จะใส่บทตลกลงไปด้วยให้เขารู้สึกมีส่วนร่วมกับการ Stream เกมเกมนี้”

ในฐานะที่เราเป็นแฟนคลับคอยตามดูเยอะมาก และหลากหลายวัย เรามีวิธีวางตัวอย่างไร

“ก่อนหน้านี้ผมแทบจะเป็นตัวเอง ร้อยเปอร์เซ็นต์ คำหยาบเยอะมาก พูดอะไรไปเรื่อยเปื่อย แต่ตอนนี้เรามีผู้ติดตามที่มากขึ้น ฉะนั้นเรื่องคำหยาบยิ่งพอมีบ้าง ให้เป็นอรรถรสในการรับชม ผมไม่ได้พูดจาไพเราะตลอด แต่ผมจะพยายามยากับคนดูว่า บางครั้งมันเป็นการแสดงนะ มันเป็นเรื่องอรรถรสในการรับชมนะ เขาก็ต้องแยกแยะให้ออกด้วย”

Streamer กับความรับผิดชอบต่อสังคม

“การรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับคนอื่นผมไม่รู้ว่าอย่างไร แต่สำหรับผม ในตอนนั้นผมคิดว่าผมมีพาวเวอร์ในโลกออนไลน์ในระดับหนึ่ง และมีทรัพย์สินรายได้มากขึ้นจากการที่ผมได้มาอยู่ตรงนี้ ผมเคยปฏิญาณกับตัวเองไว้ว่า ถ้าผมมาถึงจุดนี้ได้ ผมจะช่วยเหลือสังคม ฉะนั้นตอนนี้ผมจึงได้พยายามจะช่วยเหลือๆ หรือช่วยแฟนคลับที่เขาไม่มีโอกาสแบบที่ผมเคยเป็น ผมไม่อยากให้เขาต้องเจอในสิ่งที่ผมเคยเจอครับ ผมพร้อมจะช่วยเหลือคนที่ตั้งใจจริงที่อยากจะทำตรงนี้ แต่ว่าไม่มีกำลังพอ”

มีหลาย ๆ คนก็อยากมาเป็น Game Streamer อยากมาจับจุกเดียวกับคุณ เขาต้องมีอะไรบ้าง

“อย่างแรกเลยนะครับ สิ่งสำคัญที่สุดที่ควรต้องมี คือ ความชอบ คุณต้องชอบก่อน บางคนมองว่านั่งเล่นเกมให้คนอื่นดูมันน่าจะสนุกจัง เป็นอาชีพที่น่าอิจฉาจังเลย แต่ถ้าเอาเข้าจริง ๆ ลองคิดดูนะครับว่าถ้าเกิดเราต้องนั่งเล่นเกมหนึ่ง เป็นเวลา 1 ปีเต็ม ๆ โดยที่เราห้ามเปลี่ยนเกมเลย เราต้องเล่นแต่เกมนี้เท่านั้น วันหนึ่ง 8 ชั่วโมง เล่นทุกวันเลย ไม่อยากเล่นก็ต้องเล่น ผมว่ามันไม่ต่างกับพนักงานออฟฟิศแหละครับที่เราก็ต้องมาเจออะไรเดิม ๆ ทุกวัน

วนเวียนอยู่แบบนั้น เป็นเวลานาน ๆ ถึงแม้ว่ามันจะเป็นเกมก็จริง แต่สุดท้ายมันก็ต้องมีเบื่อ ผมจึงคิดว่าสิ่งแรกที่ต้องมีคือ ความชอบ ถ้าไม่ชอบมันคงทำได้ไม่นานแล้วก็ทำออกมาได้ไม่ดี ฉะนั้นเรื่องความชอบจึงสำคัญ ต่อมาอย่างที่สอง เราต้องหาจุดเด่นของตัวเองก่อน ดูว่าตัวเราเองไปในทิศทางไหน เราเป็นคนที่ยากจะมาโชว์ความเก่งกาจให้เขาดู หรือเราอยากจะมาโชว์ความสนุกสนานให้เขาดู คือหาจุดเด่นของเรา ผมคิดว่าสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญเหมือนกัน คือเราต้องรู้จักตัวเองด้วย”

คิดว่าจุดแข็งของตัวเองคืออะไรทำให้มีวันนี้

“จุดแข็งของผมเองเหรอครับ ผมคิดว่าคงเป็นเรื่องของความเข้าถึงง่ายของตัวเอง เพราะว่าตั้งแต่วันนั้นจนถึงวันนี้ ตั้งแต่คนดูผมหลักสิบ จนวันนี้คนดูผมหลักหมื่นทุกอย่างยังคงเหมือนเดิมเสมอไม่เคยเปลี่ยนไป ผมยังทำทุกอย่างเหมือนเดิม จริง ๆ ซึ่งนี่คงเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ผมมาถึงจุดนี้ได้”

ความสุขจากการเป็น Game Streamer

“เวลาเราได้เห็นคนที่ชื่นชอบเราจริง ๆ ได้เห็นคนที่เขาพร้อมจะซัพพอร์ตเราจริง ๆ ตั้งแต่วันแรกจนวันนี้ ตลอดระยะเวลาเกือบ 10 ปีที่ผมเดินทางอยู่บนเส้นทางนี้ คนเดิม ๆ เหล่านั้นก็ยังคงอยู่กับเรา ซึ่งทำให้ผมได้เห็นว่า มีหลาย ๆ คนที่เขาชื่นชอบเราจริง ๆ บางครั้งเราไม่คิดว่าเราจะเป็นตัวช่วยอะไรให้เขาได้ แต่มีหลายครั้งที่เราเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เขาสามารถผ่านวันแย่ๆ ในชีวิตได้ อย่างที่ผมบอก เราเหมือนเป็นที่หนึ่งที่ทำให้เขาคลายเครียด เพื่อให้เขากลับไปสู่กับปัญหา กลับไปสู่กับหลาย ๆ อย่างที่เกิดขึ้นในชีวิต ผมว่ามันเจ๋งมากครับ”



**เราต้องหาจุดเด่น
ของตัวเองก่อน...จะ
มาโชว์ความเก่งกาจ
ให้เขาดู หรือเราอยาก
จะมาโชว์ความ
สนุกสนาน**

Digital 2021...

“ เมื่อโลกมองไทย อะไรเกิดขึ้นร้อย ”

เมื่อเดือนมกราคมที่ผ่านมา รายงานของ Hootsuite และ We are social ได้เผยแพร่ข้อมูล **Digital 2021 Global Overview Report** ซึ่งเป็นรายงานประจำปีเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ อายุ 16-64 ปี จากทั่วโลก และเป็นที่น่าสนใจว่าประเทศไทยมีตัวเลขที่โดดเด่นในหลายแง่มุม

depa for CHANGE ฉบับนี้จะชวนผู้อ่านมาร่วมสังเกตพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต ผ่านการจัดอันดับในระดับโลก และตอบคำถามที่ว่า...เมื่อโลกมองไทย เรื่องอะไรของเราที่เกินร้อย

โครงสร้างพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตถือเป็นเรื่องประเทศไทยมีความโดดเด่น โดย**ความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านของไทยจัดเป็นอันดับหนึ่งของโลก** มีความเร็วที่ 308.35 เมกะบิตต่อวินาที เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 146.4% รั้งห่างอันดับสองคือสิงคโปร์ ซึ่งมีความเร็วอยู่ที่ 245.31 เมกะบิตต่อวินาที

จำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือต่อจำนวนประชากร มีสูงถึง 129.7% เป็นอันดับ 18 ของโลก โดยตัวเลขดังกล่าวบ่งบอกว่า มีคนไทยบางส่วนที่มีโทรศัพท์มือถือมากกว่า 1 เครื่อง

การใช้เวลาดาวน์โหลดอินเทอร์เน็ตของคนไทยสูงถึง 524 นาทีต่อวัน ซึ่งสูงเป็นอันดับ 9 ของโลก โดยเป็นการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือถึง 307 นาที หรือเป็นอันดับ 3 ของโลก

การใช้งาน Social Media ของคนไทยกินเวลานานถึง 168 นาทีต่อวัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่สูงเป็นอันดับ 9 ของโลก

ระยะเวลาที่ใช้เล่นเกม แม้คนไทยจะใช้เวลาเล่นเกมไม่เกินร้อยนาที แต่ก็สูง 98 นาทีต่อวัน ถือเป็นอันดับ 2 ของโลก ที่มีระยะเวลาเล่นเกมบนอินเทอร์เน็ตนานที่สุด



พฤติกรรมและความคุ้นเคย



โครงสร้างพื้นฐาน

นอกจากนี้ คนไทยยังมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันในหลากหลายด้าน ซึ่งติดอันดับต้น ๆ ของโลก ไม่ว่าจะเป็น การทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking การซื้อของออนไลน์ การใช้งานการสั่งการด้วยเสียง และการใช้บริการส่งอาหาร อย่างไรก็ตาม ย้อนกลับไปราวเดือนตุลาคม 2563 ข้อมูลอีกชุดหนึ่งคือ IMD World Digital Competitiveness 2020 ได้รายงานขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลของประเทศต่าง ๆ จำนวน 63 ประเทศ โดยประเทศไทยได้รับคะแนนภาพรวมอยู่ที่ 64.265 จัดอยู่ใน

ลำดับที่ 39 โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศไทยยังคงมีประเด็นที่ต้องเร่งยกระดับในอีกหลายประเด็น เช่น การจ้างงานในภาควิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (อันดับที่ 54) การละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ (อันดับที่ 56) การให้สิทธิบัตรด้านเทคโนโลยีขั้นสูง (อันดับที่ 47) สอดคล้องกับผลคะแนนประเมินสมรรถนะนักเรียนมาตรฐานสากล (PISA) ซึ่งเป็นมาตรฐานกลางโดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ซึ่งประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 66 จาก 79 ประเทศ โดยมีผลคะแนนการเรียนคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และการอ่านต่ำกว่าค่าเฉลี่ย

จากสถิติข้างต้น จึงเป็นความท้าทายของประเทศไทยต่อไปว่าจะสามารถเปลี่ยนข้อได้เปรียบในเรื่องความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีให้กลายเป็นความพร้อมของกำลังคนแห่งอนาคตที่สามารถใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ และมีความตระหนักรู้ในการใช้งาน เพื่อยกระดับคนไทยให้กลายเป็นคนดิจิทัลที่พร้อมขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในอนาคตได้อย่างไร

หมายเหตุ: ณ เดือนเมษายน 2564 รายงานของ Hootsuite และ We are social ได้เผยแพร่ข้อมูล Digital 2021 April Global Statshot Report แสดงให้เห็นว่า ความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านของไทยอยู่ที่ 230.59 เมกะบิตต่อวินาที ตามหลัง สิงคโปร์ ที่ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่หนึ่งของโลกเล็กน้อย โดยความเร็วอินเทอร์เน็ตบ้านของสิงคโปร์อยู่ที่ 234.40 เมกะบิตต่อวินาที

ผู้เขียน
จุลนภ ศานติพงศ์
 ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)
 ที่มา : DIGITAL 2021 GLOBAL OVERVIEW REPORT
 โดย Hootsuite และ We are social

โครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลของประเทศไทยจัดได้ว่ามีความก้าวหน้าและครอบคลุมประชากรมากกว่าค่ามาตรฐานของภูมิภาคและของโลก จากการศึกษาโดย International Telecommunication Union ไม่ว่าจะเป็น อัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (LTE/4G) และความกว้างของแถบคลื่นความถี่ที่สูง (Bandwidth) นอกจากนี้ Ookla Speedtest ซึ่งเป็นผู้ให้บริการทดสอบความเร็วอินเทอร์เน็ตระดับโลก ได้เผยแพร่ผลการทดสอบความเร็วการดาวน์โหลดของอินเทอร์เน็ตมือถือ และ อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ (เน็ตบ้าน) ปี 2563 พบว่า อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ไทย มีความเร็วเฉลี่ยในการดาวน์โหลดถึง 308.35 Mbps ขึ้นแท่นอันดับ 1 ของโลก ขยับขึ้นมา 2 อันดับจากปีก่อน ส่วนอินเทอร์เน็ตมือถืออยู่ที่อันดับที่ 33 ของโลก

ดังนั้นทำให้เห็นได้ว่าโครงสร้างพื้นฐานของประเทศรองรับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนไทยได้ดี จึงไม่น่าแปลกใจที่ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2562 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยมากถึง 10 ชั่วโมง 50 นาที

เมื่อมองลึกลงมา พบว่าโรงเรียนสังกัด กทม. สพฐ. ประถม และ สพฐ. มัธยม มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงร้อยละ 99 และนักเรียนเกือบร้อยละ 40 มีสมาร์ทโฟนใช้งาน จากผลการสำรวจข้อมูลการใช้ซอฟต์แวร์ในอุตสาหกรรม ประจำปี 2559 ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล และคาดว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จะทำให้ตัวเลขการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเนื่องจากกิจกรรมการเรียนการสอนออนไลน์ที่เข้ามาทดแทนการเรียนการสอนตามปกติในห้องเรียน

ไทยที่หนึ่ง

เรื่องเน็ตบ้านไว กลับห่างไกล รั้วไม่เท่ากัน



ผลการทดสอบความเร็วการดาวน์โหลดของอินเทอร์เน็ตมือถือ ปี 2563

Global Average

Download **42.20** Mbps
Upload **12.67** Mbps
Latency **36** ms

#	Country	Mbps
1	+2 Qatar	178.01
2	-1 United Arab Emirates	177.52
33	+11 Thailand	51.75

ที่มา <https://www.speedtest.net/global-index>



ผลการทดสอบความเร็วการดาวน์โหลดของอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ (เน็ตบ้าน) ปี 2563

Global Average

Download **96.43** Mbps
Upload **52.31** Mbps
Latency **21** ms

#	Country	Mbps
1	+2 Thailand	308.35
2	-1 Singapore	245.31
3	-1 Hong Kong (SAR)	226.80



ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2562

อาชีพกับชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต

นักเรียน / นักศึกษา

10 ชั่วโมง 50 นาที



พ่อบ้าน / แม่บ้าน

10 ชั่วโมง 38 นาที



เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว

10 ชั่วโมง 34 นาที



ว่างงาน / ไม่มีงานทำ

10 ชั่วโมง 32 นาที



อาชีพอิสระ / ฟรีแลนซ์

10 ชั่วโมง 30 นาที



“
ไม่ว่าอาชีพไหน
ก็ใช้เน็ตมาก

ดังนั้นควรส่งเสริม
การใช้งานอินเทอร์เน็ต
เพื่อหารายได้และหาความรู้
ที่เป็นประโยชน์
เพื่อพัฒนาตนเอง

”

ที่มา <https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019>

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูง พัฒนาการของเยาวชนไทยกลับสวนทางกับข้อได้เปรียบดังกล่าว เพราะจากการจัดอันดับดัชนีชี้วัดความปลอดภัยบนสื่อออนไลน์สำหรับเด็ก ปี 2563 หรือ Child Online Safety Index 2020 โดย QD Institute ทักษะการคิดวิเคราะห์ของเยาวชนไทยเป็นอันดับที่รั้งท้ายจาก 30 ประเทศทั่วโลกที่ได้รับการจัดอันดับ โดยเมื่อเทียบเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งมาเลเซียอยู่อันดับ 1 และเป็นอันดับที่ 3 ของโลก แชนงหน้าสิงคโปร์ที่อยู่อันดับ 4 ของโลก

ผลการจัดอันดับสะท้อนให้เห็นว่ามีเยาวชนไทยจำนวนมากที่ไม่ตระหนักรู้ถึงภัยคุกคามบนโลกไซเบอร์ และผลของการกระทำของตนเองในโลกไซเบอร์ เช่น เสพติดการใช้สื่อและโซเชียล และการทิ้งร่องรอยของตนไว้ในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งอาจเป็นช่องทางให้มิจฉาชีพใช้เป็นช่องทางในการคุกคามและก่ออาชญากรรมอีกทั้งบนอินเทอร์เน็ตยังมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับเยาวชนอยู่ทั่วไปซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและผลกระทบทางสังคมในระยะยาวได้ เพราะเด็กคือผู้ใหญ่ในอนาคต การสร้างค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเรื่องสำคัญ

ผู้เขียน
กฤตณ์ ก้าฉาย
ปัทมาพร ไหวหาร
 ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)
 เรียบเรียงโดย
พงศธร นาคสุทธิ์
 ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)

ดัชนีชี้วัดความปลอดภัยบนสื่อออนไลน์สำหรับเด็ก ปี 2563

Child Online Safety Index 2020 โดย QD Institute

	Rank	Score	Global Average Score
Malaysia	3	68	42
Singapore	4	66	42
Philippines	23	28	42
Vietnam	28	13	42
Thailand	30	11	42

ที่มา <https://www.qdinstitute.org/child-online-safety-index/>

“ หากเดินไปถูกทิศทาง
 โครงสร้างพื้นฐานทางด้าน
 ดิจิทัลจะช่วยขับเคลื่อน
 เศรษฐกิจและยกระดับ
 คุณภาพชีวิตของคนไทยได้
 อย่างมีนัยสำคัญ ”



บริษัท อัตโนมัติ

Automatic Company

“ การจะเริ่มต้นธุรกิจใหม่สักธุรกิจ ต้องใช้ความรู้และทักษะมากมาย ในการทำธุรกิจของผู้ก่อตั้ง พร้อมหยาดเหงื่อ แรงงาน และต้นทุนการเงินจำนวนไม่น้อย

”

ไทนจะต้องจ้างคนมาช่วยทำหน้าที่ต่าง ๆ ให้ครบถ้วน ตามแต่ละธุรกิจที่ต้องมีต่างกันไป แต่ในยุคดิจิทัลนี้ การที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่ขึ้นมาสักธุรกิจไม่ใช่เรื่องยากเหมือนในยุคก่อนเพราะปัจจุบัน มีการนำเทคโนโลยีและเครื่องมือเครื่องมือนวัตกรรมมากมาย มาช่วยบริหารจัดการกับปัญหาและทำหน้าที่แทนคนในเกือบทุกฟังก์ชันของธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

บริษัทอัตโนมัติ เป็นการออกแบบและสร้างระบบธุรกิจขึ้นมาใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือทางดิจิทัลมาเป็นโครงสร้างพื้นฐานของบริษัท (Company Infrastructure) ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้ถูกพัฒนาจาก Painpoint หรือปัญหาที่พบเจอในการทำธุรกิจด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การตลาด การขาย การเงิน บัญชี บุคคล บริษัทอัตโนมัติ จึงเป็น**แบบพิมพ์เขียวของธุรกิจใหม่**สำหรับโลกยุคดิจิทัล

ทำไม ต้องสร้าง บริษัท อัตโนมัติ

หลายครั้ง แม้ว่าจะมีจำนวนคนที่เพิ่มมากขึ้น แต่กลับไม่สามารถสร้างผลงานได้อย่างที่คาดหวัง และหลายครั้งก็ทำให้เกิดผลเสียอื่น ๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของระบบขั้นตอน ที่จะต้องซับซ้อนมากขึ้น ความเร็วในการทำงาน ไม่เร็วเหมือนตอนที่คนน้อยบริษัทเล็ก ประสิทธิภาพต่าง ๆ ก็หายไป กลายเป็นความสูญเสียมากมายที่เพิ่มขึ้น

สำหรับคนทำธุรกิจแล้ว ต้นทุนที่ต้องแบกรับมากที่สุดในแต่ละเดือน คือ ค่าจ้างคน ไม่ว่าจะเป็นพนักงานประจำหรือไม่ประจำ ล้วนแต่เป็นต้นทุนที่สูงมากสำหรับการเริ่มต้น และเมื่อธุรกิจเติบโต จำนวนคนและค่าจ้างก็มักจะสูงขึ้นตามไปด้วย

เครื่องมือด้านดิจิทัลสำหรับสร้างระบบอัตโนมัติต่าง ๆ สามารถเข้ามาแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ได้ **ข้อดีของบริษัทอัตโนมัติ** คือ

Lean ด้านต้นทุน เพราะเครื่องมือดิจิทัลสำหรับใช้สร้างระบบอัตโนมัติเป็นการใช้ซอฟต์แวร์ที่ส่วนใหญ่เป็นระบบให้เช่าใช้ (SaaS หรือ Software as a Service) จึงไม่ต้องลงทุนมากมายในตอนเริ่มต้น ต่างจากเมื่อก่อนที่เราต้องลงทุนด้านฮาร์ดแวร์ ซือเซิร์ฟเวอร์ ซือระบบจัดเก็บข้อมูล ต้องเช่าเน็ตเวิร์คเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลของระบบต่าง ๆ เข้าหากันด้วยรูปแบบ SaaS ทำให้ต้นทุนใหญ่ด้านซอฟต์แวร์หมดไป

Efficiency และความเร็ว การเชื่อมต่อ ส่งต่อข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ Real-Time รวดเร็วและแม่นยำ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้ทั้งองค์กรโดยรวม

ลดการพึ่งพาคน และการเกิด Human Error เมื่อมีคนเยอะ ย่อมเกิดความผิดพลาดที่มาจากมนุษย์ เช่น การป้อนข้อมูลผิด การสื่อสารผิดพลาด หรือการใช้อารมณ์ หรือก่อตราบาจนกระทบต่องาน

การสร้างระบบที่ดี สามารถประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย และสามารถนำระบบเดียวกันนี้ไปใช้กับการทำธุรกิจอื่นได้ด้วย

บริษัทอัตโนมัติ เหมาะกับใคร ?

บริษัทอัตโนมัติ เหมาะกับธุรกิจทุกขนาด เพราะเครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ สามารถทำงานแทนคนได้ในหลายหน้าที่ สิ่งที่ทำให้บริษัทอัตโนมัติโดดเด่นมาก คือ ถ้าออกแบบระบบให้ดี คนเพียงคนเดียว ก็สามารถรันบริษัทได้ ทำให้ปัจจุบันมีธุรกิจที่ก่อตั้งแบบคนเดียว (Solopreneur) เกิดขึ้นมากมาย โดยผู้ก่อตั้งทำหน้าที่เพียงออกแบบระบบให้ดี นำเครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์ธุรกิจ มาทำงานร่วมกัน และบริษัทอัตโนมัติจะทำหน้าที่ของมันเอง โดยที่ไม่จำเป็นต้องวุ่นวายกับการทำงานแบบ day to day อีกต่อไป

66

บริษัทอัตโนมัติ

เน้นการใช้เครื่องมือดิจิทัลมาประกอบร่างเป็นระบบอัตโนมัติที่ช่วยคนหรือทำงานแทนคนได้

การสร้างบริษัทอัตโนมัติ
จึงเปรียบเสมือนการ Transform
ธุรกิจให้เป็นดิจิทัล
ลดการพึ่งพาคน นั่นเอง
(หรือที่เรียกกันว่า
Digital Transformation)

99



องค์ประกอบของ บริษัทอัตโนมัติ

1. ขอบเขตงานและหน้าที่ของทั้งบริษัท

องค์ประกอบของบริษัทหรือธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดก็ตาม โดยพื้นฐานจะประกอบด้วยสินค้าและบริการ การตลาด การขาย บัญชี การเงินการผลิต การดูแล และช่วยเหลือลูกค้า และการจัดการบุคคล

“

ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ไปจนถึงธุรกิจขนาดเล็ก ที่มีคนทำคนเดียว ก็ต้องมีองค์ประกอบเหล่านี้ ในสัดส่วนที่ต่างกันออกไป

”

แต่ไม่ใช่ทุกธุรกิจ จะมีขอบเขตหน้าที่ครบหมด ธุรกิจซื้อขายไป อาจจะไม่มีการผลิตมาเกี่ยวข้อง หรือธุรกิจที่เป็นโรงงาน อาจจะไม่มีการตลาดเลยก็ได้

องค์ประกอบเบื้องต้นของบริษัทอัตโนมัติ คือ การกำหนดว่า อะไรจำเป็น และสำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจจริง ๆ และต้องลองเทียบว่าหน้าที่เหล่านี้ต้องทำโดยใคร เช่น ทีมการตลาด ทีมขาย ฯลฯ

จากนั้น ต้องลงรายละเอียดว่าหน้าที่เหล่านี้ มีส่วนไหนบ้างที่ต้องใช้คนทำ และมีส่วนไหนบ้างที่สามารถทำได้โดยไม่ต้องใช้คนเลย แต่ใช้เครื่องมือดิจิทัลมาทำงานแทน

2. เครื่องมือต่าง ๆ ในการสร้างบริษัทอัตโนมัติ (Business Automation Tools)

1. ระบบการตลาดอัตโนมัติ

(Marketing Automation) สำหรับระบบการตลาดอัตโนมัติ หรือ Marketing Automation เป็นระบบที่ค่อนข้างใหญ่ เป็นแกนหลักที่มีความสำคัญมากของธุรกิจ เพราะเกี่ยวข้องกับส่วนต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาด การหาลูกค้า การเข้าถึงลูกค้า การทำ CRM การช่วยยิงโฆษณาออนไลน์ให้แม่นยำขึ้น ตัวอย่างเครื่องมือที่เรารู้จักคุ้นเคยกันดี

- **Mailchimp** เป็นเครื่องมือ Email Marketing ที่มีคนใช้มากที่สุดในโลก มีไว้สำหรับส่งอีเมลหาคนจำนวนมาก เป็นที่นิยมในการใช้ส่งจดหมายข่าว (Newsletter) อีเมลติดตามลูกค้า (Follow up Email) หรืออีเมลที่ถูกวางกำหนดการส่งตามเงื่อนไขต่าง ๆ (Sequence Email)

- **Twilio** เครื่องมือที่ใช้สำหรับส่งข้อความสั้น (SMS) ไปยังเบอร์โทรทั่วโลก รองรับการทำงานเชื่อมต่อกับเครื่องมือดิจิทัลมากมาย นิยมใช้ในการแจ้งข่าวสารโปรโมชั่น แจ้งเตือนเรื่องความปลอดภัย หรือข้อความการตลาดที่ต้องการเข้าถึงตัวคน

- **เครื่องมือจัดการโซเชียลมีเดียแบบอัตโนมัติ** อย่าง Buffer Hootsuite HubSpot ที่สามารถช่วยวางแผนคอนเทนต์ ช่วยจัดการช่องทางโซเชียลมีเดียได้ง่าย ตั้งเวลาในการโพสต์แบบอัตโนมัติได้ สามารถติดตามได้ว่าคอนเทนต์ไหนดีหรือไม่ดี จากสถิติที่ได้จากผู้รับคอนเทนต์ หรือแม้กระทั่งรู้ว่าโพสต์ช่องทางไหน เวลาใด จะได้ผลลัพธ์ดีที่สุด เพื่อให้คอนเทนต์ที่คิดมา เกิดประโยชน์สูงสุด

เครื่องมือการตลาดอัตโนมัติ มีอยู่มากมาย และครอบคลุมในทุกฟังก์ชันการตลาด ถ้าเราออกแบบระบบการตลาดอัตโนมัติดี ๆ อาจไม่จำเป็นต้องมีทีมการตลาดหลายคน หรืออาจจะไม่ต้องมีเลย

หลายบริษัทที่เจ้าของคนเดียว เจ้าของของบริษัทก็มีหน้าที่แค่เช็คเครื่องมือเหล่านี้ให้ทำงานการตลาดแทนตัวเองแบบอัตโนมัติไปเลย

2. ระบบการขายอัตโนมัติ

(Sales Automation) เป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายหรือคนที่ทำหน้าที่ขาย เช่น Calendly ระบบการจองคิวเวลาที่ให้ลูกค้านัดหมายกับเราได้ง่ายขึ้น ลดขั้นตอนการสอบถามกันไปมาหลายรอบในการนัดหมายแต่ละครั้ง และทำเมื่อการจองคิวนัดหมาย ระบบก็จะใส่ลงไปในปฏิทินบนมือถือเราหรือส่ง SMS แจ้งเตือนได้เลย ช่วยให้พนักงานขายทำงานได้สะดวกมากขึ้น ระบบบริหารทีมขาย ของ Salesforce และ HubSpot SalesHub ก็ช่วยให้การทำงานร่วมกันของทีมขายในบริษัทเป็นหนึ่งเดียว ติดตามผลง่าย สามารถจัดการคิวของทีมขายได้ว่าใครดูแลลูกค้าคนไหน สามารถเชื่อมต่อกับระบบการตลาดอัตโนมัติได้หลายตัว และเชื่อมต่อกับเครื่องมือดิจิทัลอื่น ๆ ได้มากมาย เครื่องมือดิจิทัลสำหรับ Outbound Sales ก็มีตัวเลือกอย่าง

- **Growbots** ที่มีฐานข้อมูลติดต่อของบริษัท Influencer ต่าง ๆ กว่าร้อยล้านเรคคอร์ด ไม่ว่าจะเป็นที่อยู่ติดต่อบริษัท รายชื่อผู้มีอำนาจตัดสินใจของบริษัทนั้น พร้อมโปรไฟล์โซเชียลมีเดีย อีเมล และเบอร์ติดต่อช่วยให้การหาลูกค้าเป้าหมายได้ตรงแม่นยำ และปิดการขายได้มากขึ้น

- **LeadFeeder** เป็นเครื่องมือที่สามารถติดตามได้ว่า มีคนจากบริษัทไหนบ้างที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเรา โดยการตรวจจับจาก IP Address ว่ามาจากบริษัทไหน อุตสาหกรรมใด และดูพฤติกรรมการเยี่ยมชมเว็บไซต์ว่า มาที่เว็บเราได้อย่างไร ไปเว็บไหนมาก่อน หรือไปเยี่ยมชมเว็บไหนต่อ

- **DocSend** เป็นอีกเครื่องมือที่ถูกลำมาใช้ในเรื่องของการขาย เอกสารต่าง ๆ ไฟล์นำเสนองานถูกนำไปอัปโหลดไว้ที่นี่ เราเพียงแค่ส่งลิงค์เอกสารไปให้ลูกค้า ตัวระบบจะเก็บสถิติว่า ลูกค้าดูสไลด์หน้าไหนของเราเยอะและบ่อยที่สุด ช่วยให้เรารู้ว่า ลูกค้าแต่ละคนสนใจผลิตภัณฑ์ตัวไหนเป็นพิเศษ และใครบ้างที่ได้เห็นไฟล์นำเสนองานนี้

3. ระบบบัญชีบนคลาวด์

(Cloud Accounting) เป็นระบบบัญชีออนไลน์ที่รองรับการเชื่อมต่อส่งข้อมูลกับระบบอื่น ๆ เช่น การรับ - โอนเงินอัตโนมัติ การสร้างรายงานสถานะการเงินแบบ Real-Time โดยการดึงข้อมูลจากหลากหลายที่มาแสดงในหน้าเดียว หรือสามารถรวบรวม Transaction การซื้อขายจากหน้าร้านแบบอัตโนมัติ เพื่อลดภาระของพนักงานบัญชี

ระบบบัญชีบนคลาวด์ที่น่าสนใจและรองรับการเชื่อมต่อกับเครื่องมือดิจิทัลที่หลากหลาย เช่น Xero และ QuickBooks

ในตอนต่อไป

เรามาทำความรู้จักเครื่องมือเพิ่มเติม รวมถึงวิธีการออกแบบบริษัทอัตโนมัติกันครับ

ผู้เขียน
วรวิสุทธิ์ ภิญญูยาง



Managing Partner / CEO ผู้ร่วมก่อตั้ง Shift Ventures
เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจด้านการลงทุนในธุรกิจ Startup และ Private Equity
Managing Partner (Business Strategy) บริษัท EGGidea
Managing Director บริษัท Marketing Ideas
ผู้เขียน Columnist "IT Trends" GM Biz
ผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ AppReview.in.th TV Commentator
(about Marketing & Digital Business) ทางช่อง Voice TV



กระทรวงดิจิทัล
เพื่อเศรษฐกิจและสังคม



DIGITALTHAILAND

เตรียมพบความยิ่งใหญ่ของ

Thailand Pavilion

“

ในงานนิทรรศการสุดยิ่งใหญ่

World Expo 2020 Dubai

ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

”



วันที่ 1 ตุลาคม 2564 - 31 มีนาคม 2565



Expo 2020 Dubai Thailand



expo2020dubaithailand



www.expo2020dubaithailand.com