

The logo for Startup Thailand, featuring the words "STARTUP" and "THAILAND" stacked vertically. A stylized, multi-colored triangle (pink, teal, and white) is positioned between the two words, pointing downwards.

STARTUP  
THAILAND

STARTUP THAILAND 2019

STARTUP  
NATION

# CONTENT

---

<b>1</b>	<b>Startup Thailand 2019</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Exhibitions</b>	<b>22</b>
	Startup Universe	24
	Universities / Institutes / Demos	26
	International Pavilions	28
	Government Supports	30
	Innovation District	31
	Sponsors & Partners	32
<b>3</b>	<b>Conferences</b>	<b>36</b>
	Deep Tech	38
	MAR Tech	72
	Ag Tech & Food Tech	130
	Medical & Health Tech	144
	Travel Tech	160
	Asia & Global Market	180
<b>4</b>	<b>Special Activities</b>	<b>278</b>
<b>5</b>	<b>Sponsors &amp; Partners</b>	<b>308</b>

---



1

# STARTUP THAILAND 2019



“มหาวิทยาลัยมีศักยภาพมหาศาลที่จะปลดปล่อยศักยภาพของนักศึกษา และต้อง  
ร่วมสร้างให้นักศึกษามี Entrepreneurial Spirit กระบวนการอุดมศึกษาฯ จึงจะจัดตั้ง  
กองทุนยุวสตาร์ทอัพในมหาวิทยาลัยให้นักศึกษากล้าคิด กล้าลองผิดลองถูก และ  
กล้าล้มเหลว เพราะความสำเร็จในชีวิต ไม่ใช่เพียงใบปริญญาเท่านั้น แต่ยังเป็นการได้  
ทำตามความฝันเพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคม”



# Startup Thailand 2019: Startup Nation

การจัดงาน Startup Thailand 2019 ภายใต้แนวคิด Startup Nation ซึ่งเข้าสู่ปีที่ 4 ในครั้งนี้ ประเทศไทยได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพที่แข็งแกร่งพร้อมระบบนิเวศที่แข็งแรงยิ่งขึ้นในฐานะประเทศที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) อย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม เพื่อนำประเทศไทยก้าวสู่การเป็น Global Startup Hub ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้อย่างแท้จริง

การจัดงานในครั้งนี้ กำหนดจัดขึ้นเป็นระยะเวลา 5 วัน ในสถานที่ 9 แห่ง เพื่อแสดงศักยภาพย่านนวัตกรรมกรุงเทพ (Bangkok Innovation Corridor) และเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่ระบบนิเวศมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของงานในรูปแบบที่ตัวเองถนัด ณ สถานที่ของตัวเอง ทั้งองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน อาทิ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), Siam Innovation District, True Digital Park, TCDC, DTAC Accelerate, AIS DC, KX, NapLab, Glowfish ก็กับการเดินทางที่สะดวกสบายด้วยเส้นทางรถไฟฟ้าเชื่อมโยงกิจกรรมในแต่ละย่านนวัตกรรมเข้าด้วยกัน เพื่อตอกย้ำว่ากรุงเทพฯ เป็นเมืองที่ดีที่สุดเอเชียสำหรับสตาร์ทอัพ งานครั้งนี้ เป็นการรวมพลังสตาร์ทอัพชั้นนำของประเทศไทยและระดับโลกมากกว่า 500 สตาร์ทอัพ รวมถึงหน่วยงานในวงการสตาร์ทอัพจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาคม เครือข่ายความร่วมมือจาก 40 ประเทศ เพื่อเปิดมุมมองความคิดใหม่ ๆ และค้นหาสุดยอดไอเดียธุรกิจที่จะเติบโตเป็นยูนิคอร์น และสร้างปรากฏการณ์ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในประเทศไทย

ไฮไลท์สำคัญของงานในปีนี้มุ่งเน้นไปที่เทรนด์โลกในเรื่องของ Deep Tech และ MAR Tech ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของคนยุคปัจจุบันอย่างแยกกันไม่ออก ท่ามกลางการแข่งขันในโลกเศรษฐกิจแห่งอนาคต ทุกอย่างล้วนเป็นไปได้ทั้งสิ้น เทรนด์ของธุรกิจหลากหลายถูกนำมาแลกเปลี่ยนและแบ่งปันกันในเวทีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในงาน โดยเหล่าสปีคเกอร์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจสตาร์ทอัพระดับแนวหน้าที่ประสบความสำเร็จทั้งไทยและต่างประเทศ เพื่อเปิดโอกาสและมุมมองใหม่ ๆ ให้กับ

ผู้ที่มาร่วมงาน

Deep Tech คือเทคโนโลยีขั้นสูงที่เราไม่เคยคาดคิดว่า จะสามารถเกิดขึ้นจริง แต่วันนี้มันได้เกิดขึ้นแล้ว เช่น โทรศัพท์มือถือที่ไม่ต้องชาร์จแบตเตอรี่ เนื้อสัตว์ที่ผลิตขึ้นในห้องทดลอง ต้นไม้ที่สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้ตัวเองต่อสู้กับโรคต่าง ๆ ได้ Deep Tech เป็นเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยและพัฒนาที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเป็นอย่างมาก ปัจจุบันมีหลายนวัตกรรมพร้อมที่จะออกเดินทางออกจากห้องทดลองสู่โลกพาณิชย์ ยกตัวอย่างเช่น AI หรือปัญญาประดิษฐ์ ที่ถูกพัฒนาจนสามารถทำงานได้ดีกว่ามนุษย์ในหลาย ๆ ด้าน รวมถึงชีววิทยาสังเคราะห์ (Synthetic Biology) ที่จะมาพลิกโฉมหน้าของอุตสาหกรรมเกษตรและธุรกิจด้านสุขภาพให้เปลี่ยนไปอย่างที่เราไม่เคยรู้จัก อาทิ

- EpiBone สตาร์ทอัพที่มีฐานอยู่ที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสมาชิกและหนึ่งในผู้ก่อตั้งเป็นคนไทย EpiBone มีเทคโนโลยีชีวภาพพัฒนาการสร้างกระดูกใหม่ โดยการสแกนข้อบกพร่องของกระดูกและเซลล์ต้นกำเนิดของผู้ป่วยเพื่อสร้างและทำการปลูกถ่ายกระดูก ด้วยการนำสเต็มเซลล์ที่มีอยู่ในร่างกายของคนมาเพาะเลี้ยงและสร้างเป็นชิ้นกระดูกอ่อนที่พอดีกับส่วนที่ร่างกายต้องการ ขณะเดียวกัน บริษัทก็มีเทคโนโลยี 3D CT Scan ที่ดีไซน์กระดูกของแต่ละบุคคลในส่วนที่ร่างกายต้องการออกมาได้ ซึ่งช่วยในการซ่อมแซมข้อบกพร่องและปรับปรุงการสร้างกระดูกและการงอกใหม่ ซึ่งนับเป็นวิธีการรักษาที่ดีที่สุด เพราะเป็นการใช้ชิ้นส่วนในร่างกายตนเองซ่อมแซมชิ้นส่วนที่หายไป และในอนาคต เทคโนโลยีตัวนี้จะถูกนำไปใช้ในวงการศัลยกรรม เช่น การปรับโครงสร้างใบหน้า การวิจัยผลิตภัณฑ์กระดูก เป็นต้น

- EatLab เป็นสตาร์ทอัพที่ใช้ข้อมูลในร้านอาหารเพื่อบอกว่า ยอดขายมีจำนวนเท่าใด หรือเมนูใดขายดี โดยใช้แพลตฟอร์มปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีบล็อกเชน รวมทั้งการจัดเก็บข้อมูลปริมาณมากในการหาข้อมูลที่แท้จริงของลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงและแม่นยำ ช่วยให้รู้ถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจ สามารถคาดการณ์ยอดขาย

ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ไปจนถึงการปรับปรุงสูตรของอาหารและเครื่องดื่ม ช่วยวิเคราะห์และคาดการณ์ถึงแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตได้

สิ่งที่สำคัญที่สุดในโลกธุรกิจ คือ ข้อมูล เทคโนโลยี และความเชื่อใจ โดยเฉพาะ Deep Tech Startup ซึ่งกำลังเติบโตและเป็นธุรกิจที่ช่วยให้ผู้คนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคธุรกิจได้ ที่สำคัญไปกว่านั้นคือการเชื่อมโยงไปถึงผู้คน ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลง่ายที่สุด หลังจากนั้นคือการสร้างความเชื่อใจให้กับผู้ใช้ เพราะเมื่อมีความเชื่อใจเกิดขึ้นแล้ว ก็จะเกิดเป็น Trust Economy ซึ่งเป็นการทำธุรกิจบนความเชื่อใจซึ่งกันและกัน ธุรกิจหลายแขนงล้วนเจอวิกฤติเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค หลายธุรกิจเริ่มล้มหายตายจาก แต่หลายธุรกิจยังอยู่รอดได้ และมีอีกมากมายกำลังเติบโต นั่นเป็นเพราะในวิกฤติที่ย่อมมีโอกาสเสมอ การปรับตัวเปลี่ยนแปลงตัวเอง และคิดต่างอย่างสร้างสรรค์จึงจะทำให้ธุรกิจเติบโตและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจด้าน MAR (Music, Art, Recreation)

MAR Tech คือเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับดนตรี ศิลปะ และนันทนาการ ซึ่งมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าอุตสาหกรรมด้านอื่น ทิศทางของกลุ่มธุรกิจนี้มีขนาดใหญ่ เป็นกลุ่มที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และใช้นวัตกรรมสูง ในเวทีโลก อุตสาหกรรมนี้มีความโดดเด่นอย่างมาก มีการใช้เทคโนโลยีรูปแบบใหม่ ๆ ในการสื่อสาร การทำเพลง หรือทำคอนเทนต์ที่มีความหลากหลาย ธุรกิจ MAR Tech ยังก่อให้เกิดการสร้างงานต่อยอดและกระบวนการสร้างสรรค์อื่น ๆ เป็นห่วงโซ่ตามมา การสนับสนุนกลุ่ม MAR Tech โดยเปลี่ยน User ให้เป็น Producer จะช่วยกระตุ้นการสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อีกหลายทาง

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านดิจิทัลมีเดียมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด อุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ถูกแก้ไขไปมากขึ้น โอกาสที่จะเผยแพร่ผลงานออกไปในหลาย ๆ แพลตฟอร์มจึงสะดวกรวดเร็วกว่าขึ้น นอกจากนี้ ชื่อเสียงและความน่าสนใจ

ของ MAR ในประเทศไทยนั้นก็มีมากเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แต่สามสิ่งที่จะช่วยส่งเสริม MAR Tech ให้เติบโตได้ คือ 1) การเพิ่มมูลค่า 2) การเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ผลงาน และ 3) การเปิดโอกาสให้มีพื้นที่ในการแสดงผลงานหรือพบปะกับนักลงทุน

อีกหนึ่งเทรนด์ใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคนี้คือ พอดแคสต์ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีความเฉพาะและต้องอาศัยเวลาในการสร้างฐานผู้ฟัง ต่างจากวิทยุที่เป็นอนดีมานด์สามารถฟังเมื่อไหร่ก็ได้ ต่างจากวิดีโอที่ไม่มีภาพ นอกจากนี้เนื้อหาที่ตรงใจแล้ว ‘เสียง’ และ ‘ลีลาการเล่า’ จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ฟังให้อยู่กับพอดแคสต์นั้น พฤติกรรมการฟังพอดแคสต์จะเกิดระหว่างทำกิจกรรมอื่น เช่น ขับรถ ออกกำลังกาย หรือระหว่างวิ่ง และมีลักษณะพิเศษตรงที่ เมื่อผู้ฟังเจอช่องถูกใจแล้วจะเกิดความเคยชินไม่เปลี่ยนไปไหนง่าย ๆ เทรนด์การเติบโตของพอดแคสต์ในไทยยังมีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังมี มีเดียเทคสตาร์ทอัพ ที่น่าสนใจสนับสนุนลงทุน เพราะมีความสำคัญต่อไลฟ์สไตล์ของคนในปัจจุบันอย่างมาก ทำให้พฤติกรรมกรรมการเสพสื่อต่าง ๆ เปลี่ยนไป มีเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนมากมาย ทั้งอุตสาหกรรมบันเทิง เกม การสื่อสาร ฯลฯ ปัจจุบันมีสตาร์ทอัพยูนิคอร์นมากมาย ฉะนั้น จึงสำคัญมากที่จะสนับสนุนมีเดียเทคสตาร์ทอัพในระยะเริ่มต้น

อย่างยูนิคอร์นสตาร์ทอัพ เช่น เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) ที่นำเสนอตัวเองด้วยวิธีอันแตกต่าง เริ่มต้นด้วยทุน 10,000 ยูโร ก็เติบโตขึ้นกว่า 400 % แม้ในตอนนี้จะมีข้อถกเถียงมากมายเกี่ยวกับทางไปต่อของเน็ตฟลิกซ์ที่มีคู่แข่งเตรียมตัวเข้ามาลงสนามเดียวกันอีกมาก ซึ่งก็ทำให้ได้เห็นถึงตัวเงินระดับหมื่นล้านบาทที่ถูกลงทุนเพื่อผลิตคอนเทนต์มาแข่งขันในตลาด และเงินจำนวนนี้ก็ไหลไปสู่บริษัทด้าน MAR Tech ซึ่งเป็นโอกาสใหญ่มากสำหรับอุตสาหกรรมนี้ด้วย

ในปี 2019 นี้ถือเป็นวาระสำคัญที่ประเทศไทยเข้ารับตำแหน่ง “ประธานอาเซียน” ต่อจากสิงคโปร์ จึงมีหนึ่งในกิจกรรมสำคัญคือการประชุมผู้นำภาครัฐทั่วอาเซียนพร้อม

ประกาศความร่วมมือในการพัฒนาระบบนิเวศของสตาร์ทอัพ ในภูมิภาคอาเซียนร่วมกัน (Southeast Asia Startup Assembly: SEASA) ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อสร้างการเติบโตและขยายตัวระบบนิเวศสตาร์ทอัพในภูมิภาคให้แข็งแกร่งต่อไป

Startup Thailand 2019 ในปีนี้ ประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง ด้วยเนื้อหาที่เข้มข้นที่นำมาแลกเปลี่ยนกันในทุกเวทีต่าง ๆ 6 เวที ได้รับความร่วมมือจากนานาประเทศ 40 ประเทศ เหล่าสปีกเกอร์ซึ่งเป็นผู้ประกอบการผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจสตาร์ทอัพระดับแนวหน้าที่ประสบความสำเร็จทั้งไทยและต่างประเทศ 200 คน สตาร์ทอัพชั้นนำของประเทศไทยและระดับโลกมากกว่า 500 สตาร์ทอัพ มีเวที Pitching ระดับภูมิภาคอาเซียนจากสตาร์ทอัพ 25 ประเทศทั่วโลก พร้อมกิจกรรม Venture World สร้างเครือข่ายนักลงทุนต่างชาติ กิจกรรม Hackathon เวทีเค้นไฉฉวยแข่งขันประลองปัญญาเพื่อเสริมความคิดและพัฒนาต่อยอดกลายเป็นธุรกิจได้จริง สัมผัสประสบการณ์ AR/VR Music Festival ความบันเทิงที่อวดศักยภาพของอุตสาหกรรม MAR Tech ของไทย มีผู้เข้าชมงานกว่า 6 หมื่นคน ผู้เข้าชมเว็บไซต์กว่า 1 ล้านครั้ง และสร้างเม็ดเงินลงทุนกว่า 15,000 ล้านบาท

การจัดงาน Startup Thailand ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า ประเทศไทยมีความพร้อมเป็นอย่างมากที่จะก้าวสู่การเป็น Global Startup Hub อย่างเต็มตัว ทุกภาคส่วนต่างตื่นตัวและปรับตัวให้ทันกับกระแสเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไป สิ่งสำคัญคือเราต้องแปลงคุณค่าทางความคิดให้ออกมาเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ ในขณะที่เดียวกันก็สร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นของไทยให้เป็นไปอย่างยั่งยืน เพื่อให้ประเทศไทยเป็น Startup Nation ที่สมบูรณ์อย่างแท้จริง เป้าหมายต่อไปของประเทศไทยคือ Innovated Thailand เราจะเป็นชาติที่สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ ไปสู่ตลาดโลก สู่อะบบเศรษฐกิจแห่งอนาคตไปพร้อม ๆ กับนานาประเทศ

Startup Thailand 2019 is the 4th Startup Thailand which was held under the theme “Startup Nation”. Having shown enormous potential along with the stronger ecosystem, Thailand fully and concretely supports startups in order to truly step up as a global startup hub of Southeast Asia.

Held for 5 days at 9 different venues, the event showed the potential of Bangkok Innovation Corridor and created a new phenomenon in which ecosystem both the government sector and private sector such as National Innovation Agency (Public Organization) (NIA) Siam Innovation District, True Digital Park, TCDC, DTAC Accelerate, AIS DC, KX, NapLab, Glowfish, participated. The participating organizations used their own expertise at their own venues which are easily accessible by skytrains to connect activities in each innovation district all together, confirming Bangkok as the best city for startups. It brought together more than 500 leading Thai and international startups, including organizations relating to startups from the government, private and public sectors, as well as cooperation networks of 40 countries to broaden new perspectives, and seek the best business ideas that will grow as a unicorn and create an unprecedented phenomenon in Thailand.

Highlights of the event are the global trends, Deep Tech and MAR Tech, which began to play a significant role in our daily life. Amid the competition in the economy of the future world, everything has become possible. Various trends for business were exchanged and shared on many stages in the event hosted by speakers who are entrepreneurs, experts and successful, experienced entrepreneurs standing at the forefront of both local and international startups to open up a new opportunity and

share new perspectives with the participants.

Once unimaginable advanced technology, Deep Tech becomes possible today. Self-charging mobile phones, lab-grown meat, self-defense plants, for example, are technology developed by research and development that requires considerable expertise. At present, there are a number of innovations ready to depart from the laboratory for the commercial world such as AI, which has been developed to the extent that it is far abler than human beings in several aspects, and synthetic biology which will turn agro-industry and healthcare industry into something we never know. Some examples include:

- EpiBone, an America-based startup with a Thai member and co-founder, has biotechnology that is capable of building new bones by scanning the patient's bone defect and stem cells to build and transplant the bone by way of stem cell culturing and cartilage building that matches the needs of the body. In the meantime, the company has 3D CT Scan technology that designs the needed part of an individual's bone. The technology helps treat bone defects and is by far regarded as the best method of treatment because it uses the patient's own bone. In the future, this technology will be used in surgery such as facial implants, and research on products for bones.

- EatLab, a startup using data from the restaurant to identify sales and popular dishes, uses AI, blockchain, and big data to gain customer insights which contain more accurate customer behavior, satisfaction, and enable the owner to predict the sales of products and also improve recipe of food and beverage, as well as analyze and forecast customer journey.

The most important forces in the business world are

data, technology, and trust, particularly for the growing Deep Tech Startup which lifts up the people's quality of life, increases effectiveness and adds value to business. More important, it connects with people and enables people to conveniently access information. After that it builds trust among users because when trust is built, it will lead to trust economy, which can be defined as doing business based upon trust.

Many businesses encountered economic crises and changes in consumer behavior. While many went out of business, others survived. However plenty are enjoying growth. This is because there is always an opportunity in a crisis. Adaptation, transformation, and creative differentiation will contribute to sustainable growth; MAR (Music, Art, Recreation) is one of them. MAR Tech is technology and innovation about music, art, and recreation which are no less important than other industries. The direction of this industry is large and in need of high level of creativity and innovation. In the global stage this industry is extremely outstanding with new technology being used for communication, music production, and a variety of content creation. MAR Tech also contributes to employment and furthers a chain of other creative processes. Promotion of MAR Tech by turning users to producers will boost revenue to the country in many ways.

Currently, technology in digital media has experienced leaping growth. Many challenges have been tackled and there are more opportunities to have works shown in wider circles on various platforms. It is therefore much faster and more convenient. Furthermore, reputation and appeals of MAR are already good in Thailand, but it is the three factors that contributes to



the growth of MAR Tech including 1) Value adding 2) channel increasing and networking space for expressing, and 3) meeting investors.

Another latest trend is podcast. Podcast is a unique communication channel which takes time to build up audience base. Podcast is different from the radio in that it is an on-demand service, and from video in that it does not have visual image. Apart from the content that hits home, 'voice' and 'narrating style' are the tools that attract listeners. Podcast production is not easy for everyone, even for professional live streamers as they could not have visual image to aid, but only voice to paint the picture. Podcast listening behavior is different. It often takes place during other activities like driving, exercising, or jogging. People tend to stick with the usual podcast once they find what they like, and are less likely to change. The trend for podcast in Thailand is growing exponentially.

In addition, Media Tech startup is well worth promoting and investing, as it is important to lifestyles of people nowadays. It has changed media consumption behavior. There are a number of supporting technologies especially in entertainment business, games, and communication. Currently there are many unicorns; therefore, it is vital to support media tech startup since the early stage.

An example of startup unicorn is Netflix, which presents itself with differentiation. With an initial investment of 10,000 Euros, it has grown more than 400%. Although the direction of Netflix is widely discussed as there are a great number of competitors jumping in, which sees tens of thousands of Thai baht invested for content production to compete, this amount of money is also poured into MAR Tech which is a huge opportunity of this industry.

This year is regarded as an important occasion as Thailand takes over ASEAN chairmanship from Singapore. One of the significant activities is Southeast Asia Startup Assembly: SEASA which will lead to the determination of vision that contributes to building growth and expansion of startups in the region in the future.

Startup Thailand 2019 is remarkably successful with comprehensive ideas that were exchanged on 6 stages in cooperation with 40 countries and 200 speakers who are entrepreneurs, experts and successful experienced entrepreneurs standing at the forefront of both local and international startups, and more than 500 leading Thai and international startups. In addition, there were regional pitching stages from 25 startups worldwide and such activities as Venture World that built a network of international investors; Hackathon, a competition of ideas that can be developed into business; AR/VR Music Festival, an entertainment that displayed Thai MAR Tech potential. The event was attended by more than 60,000 visitors and receiving more than 1 million visitors traffic on the website, and creating mutual fund of more than 15 billion Thai baht.

Over the years, Startup Thailand has proved that Thailand stands ready to be a global startup hub with all sectors well aware of the need for adapting themselves to cope with the changing world economy. The important thing is that we need to transform creative value into economic value. Meanwhile, we must build up strengths of Thai startup ecosystem to make them grow sustainably in order that Thailand becomes Startup Nation at full strength. The next target of Thailand is Innovated Thailand which refers to the country's creation of several forms of innovation for the world market and the future economy.



# Bangkok Innovation Corridor: 9 Venues



## National Innovation Agency (NIA)

73/2 Rama VI Road, Rajdhevee, Bangkok 10400



## KX - Knowledge Exchange for Innovation and Entrepreneurship

110/1 Krung Thonburi Road, Banglamphulang, Khlongsan, Bangkok 10600



## HANGAR, Dtac Accelerate

319 Chamchuri Square Building, Unit 220-221, 2nd Floor, Payathai Road, Pathumwan, Pathumwan, Bangkok 10330 (Head office)



## True Digital Park

101 Sukhumvit Road, Bangkok 10260



## NAPLAB

759 Soi Chula 6, Banthad Tong Rd., Pathumwan, Bangkok 10330

# Bangkok Innovation Corridor: 9 Venues



## GLOWFISH

92/4, Floor 2, Sathorn Thani 2 Building, North Sathorn Road, Silom, Bangrak, Bangkok 10500



## Siam Innovation District (SID)

Siamsquare One, Chulalongkorn University, Pathumwan, Bangkok, Thailand, 10330



## AIS Design Centre (AIS D.C.)

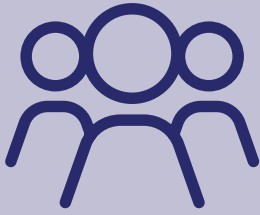
5th Fl The Emporium  
622 Sukhumvit Soi 24, Khlong Toei, Bangkok 10110



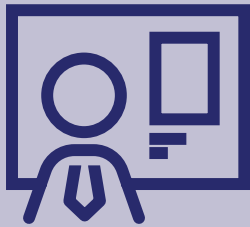
## TCDC

The Grand Postal Building  
1160 Charoenkrung Road, Bangrak, Bangkok 10500

# Key figures



**+60,000**  
**Attendees**



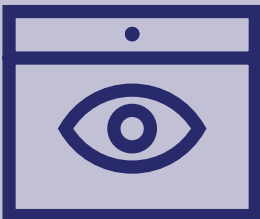
**500**  
**Startups**



**200**  
**Speakers**



**40**  
**Countries**



**+1 Million**  
**Website Visited**



**+15,000 Million THB**  
**Mutual Fund**

## Activities

<b>1</b>	<b>Innovation Corridor: 9 Venues</b>	<b>2</b>	<b>Disruptive Sectors</b>
<b>3</b>	<b>Hackathons</b>	<b>4</b>	<b>Pitching</b>
<b>5</b>	<b>Days</b>	<b>6</b>	<b>Vertical Stages</b>

---

## Main Topic of Conferences

- 1. Deep Tech**
- 2. MAR Tech**
- 3. Ag Tech & Food Tech**
- 4. Medical & Health Tech**
- 5. Travel Tech**
- 6. Asia & Global Market**

# Opening Ceremony

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เปิดงาน Startup Thailand 2019 ภายใต้แนวคิด Startup Nation อย่างยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดย ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นประธานในพิธีเปิดงาน พร้อมแสดงปาฐกถาพิเศษ หัวข้อ “Southeast Asia: Tech Hub of the World” และเน้นย้ำว่าอาเซียนคือหนึ่งในพื้นที่ของหลักของเศรษฐกิจโลก มีศักยภาพในการปรับตัวทางเทคโนโลยี และพัฒนานวัตกรรมในระดับต้น ๆ ของโลก และสตาร์ทอัพคือนักรบทางเศรษฐกิจใหม่ที่จะนำชาติสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งเทคโนโลยีของโลก

ทั้งยังเน้นย้ำอีกว่า หัวใจของการสร้างสตาร์ทอัพ คือการสร้างระบบนิเวศที่เน้น open & collaborative innovation system บน global platform โดยเป็นการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการสร้างสตาร์ทอัพ ให้แปลงมูลค่าทางความคิดให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง และสามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ ประเทศไทยต้องเปลี่ยนจาก Made in Thailand มาเป็น Innovated in Thailand เราต้องสร้างคนให้สร้างงานวิจัย เพื่อให้ไปสู่การพัฒนาวัตกรรมการนำพาสังคมไปสู่ Value Based Economy

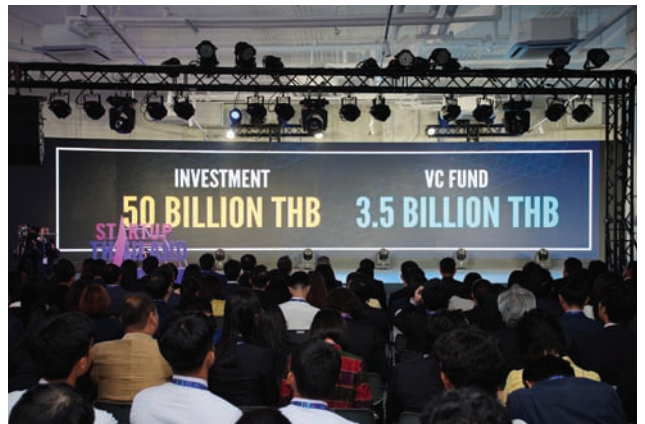
มหาวิทยาลัยมีศักยภาพมหาศาล ที่จะปลดปล่อยศักยภาพของนักศึกษาและต้องร่วมสร้างให้นักศึกษามี entrepreneurial spirit กระทรวงการอุดมศึกษาฯ จึงจะจัดตั้งกองทุนยุวสตาร์ทอัพในมหาวิทยาลัย ให้นักศึกษากล้าคิด กล้าลองผิดลองถูก และกล้าล้มเหลว เพราะความสำเร็จในชีวิตนั้น ไม่ใช่เพียงใบปริญญาเท่านั้น แต่ยังสามารถทำตามความฝัน เพื่อสร้างประโยชน์ให้สังคม การจัดตั้งกองทุนยุวสตาร์ทอัพ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตัวเองอย่างเต็มที่

Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (MHESI) opened Startup Thailand 2019

Event under the concept of “The Greatest Startup Nation of Southeast Asia”. The event was presided by H.E. Dr. Suvit Maesincee, Minister of Higher Education, Science, Research and Innovation, who gave a special speech on the topic of “Southeast Asia: Tech Hub of the World”. He emphasized that ASEAN is one of the key hubs of the global economy, with great potential to adapt technologies and develop some leading innovations on a global scale. He further stated that startups are new warriors of new economies who will lead the nation to be the world’s technology hub.

Also he stressed that the core to building startups is to build an ecosystem focusing on open and collaborative innovation system on a global platform, which facilitates building startups in effectively transforming idea value to economic value. This will contribute to the national competitiveness and changing from “Made in Thailand” to “Innovated in Thailand”. To achieve this, we need to drive people to conduct research that produces innovation development and leads the society to value-based economy.

Universities have enormous potential to unlock students’ potential and cultivate entrepreneurial spirit. Therefore, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (MHESI) set up university startup funds to encourage students to dare to think, dare to try, and dare to fail because success in a person’s life is not solely defined by a university degree, but also the pursuit of dream that benefits the society. Setting up university startup funds is thus to provide people of young generation with an opportunity to fully use creativity.





# SOUTHEAST ASIA STARTUP ASSEMBLY (SEASA)



ในฐานะที่ประเทศไทยดำรงตำแหน่งประธานอาเซียนในปี 2019 NIA จึงได้จัดประชุม Southeast Asia Startup Assembly หรือ SEASA ภายใต้แนวคิดหลัก คือ “Advancing Partnership for Sustainability” หรือ “ร่วมมือ ร่วมใจ ก้าวไกล ยั่งยืน” เพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นการลงทุน การแบ่งปันประสบการณ์ พร้อมทั้งการพัฒนาศักยภาพและสร้างความแข็งแกร่งของระบบนิเวศสตาร์ทอัพ เพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจในระดับสากล ซึ่งการจัดประชุมในครั้งนี้จะดำเนินการจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยมีการหมุนเวียนกันเป็นเจ้าภาพ การจัดประชุม SEASA ในปีนี้มีประเทศสมาชิกเข้าร่วมประชุม ดังนี้ บรูไน, กัมพูชา, ฮังการี, อินโดนีเซีย, ญี่ปุ่น, คาซัคสถาน, ลาว, มาเลเซีย, พม่า, ฟิลิปปินส์, สิงคโปร์, เกาหลี, ไทย, และเวียดนาม

การประกาศปฏิญญา “Bangkok Startup & Innovation Declaration” ภายในการประชุม SEASA นี้ เพื่อเป็นการพัฒนาความร่วมมือด้านการวิจัย นวัตกรรม และดิจิทัลให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบนิเวศสตาร์ทอัพสู่ระดับสากล ตลอดจนส่งเสริมการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งระหว่างสตาร์ทอัพในภูมิภาคอาเซียน โดยการเริ่มจากหน่วยงานภาครัฐ และขยายผลต่อไปยังภาคเอกชน และนักลงทุน ในการพัฒนาระบบนิเวศสตาร์ทอัพของภูมิภาคอาเซียนให้มีความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางของวิสาหกิจในระดับสากล (Global Hub)

As Thailand’s chairmanship of ASEAN in 2019, NIA hosted Southeast Asia Startup Assembly (SEASA) under the theme of “Advancing Partnership for Sustainability” to create a business network and innovation which focuses on investment, experience sharing, capability development and startup ecosystem strengthening to cope with the economic expansion in the international level. The meeting will be held annually whereby the host shall rotate. The list of invited government agencies for SEASA 2019 including Brunei, Cambodia, Hong Kong, Indonesia, Japan, Kazakhstan, Laos, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, South Korea, Thailand, and Vietnam

“Bangkok Startup & Innovation Declaration” was made in Southeast Asia Startup Assembly (SEASA) to develop collaboration on research, innovation and digital in accordance with the strategy of driving startup ecosystem to the international level, as well as promoting strong network establishment among startups in ASEAN. Initiated by the public sector, then the private sector and investors, the startup ecosystem development in ASEAN will be fostered in order to be ready for being the global hub of startups.



## Collaboration between NIA and Partners



### พิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่าง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กับหน่วยงานพันธมิตร

A signing ceremony of the Memorandum of Understanding (MOU) to support innovation entrepreneurs between National Innovation Agency of Thailand (Public Organization) and the ASEAN member countries and organizations including Media Tank Co.,Ltd., Amsterdam Health and Technology Institute, The Netherlands, Startup Portugal, Startup Poland and National Institute of Posts, Telecoms and ICT, Cambodia was held.

The four key elements of the MOU include  
1) establishing various types of partnership concerning startup development 2) developing startup support system focusing on knowledge and expertise sharing, expert network creation, financial support, business incubation mechanism development and other related mechanisms 3) developing manpower required by startup business emphasizing knowledge and experience sharing ranging from experts on human resource development to looking for an opportunity to set up the project on human resource development and 4) developing innovation districts in Thailand and utilizing innovation to elevate the quality of life of people in the vicinity, as well as promoting activities in the innovation district development in many areas including products, services, environment, and infrastructure. Also the model of developing districts to be the center of innovation district is created.

The signing of the MOU will increase the number of partners and networks of NIA in startup ecosystem which supports the growth of startup business both in the national and international level.

พิธีบันทึกข้อตกลงความร่วมมือสนับสนุนต่อยอดผู้ประกอบการนวัตกรรม ระหว่าง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กับหน่วยงานพันธมิตร ได้แก่ บริษัท มีเดียแท็งก์ จำกัด, สถาบันสุขภาพและเทคโนโลยีอัมสเตอร์ดัม เนเธอร์แลนด์, สตาร์ทอัพโปรตุเกส, สตาร์ทอัพโปแลนด์ และ สถาบันการศึกษาที่ส่งเสริมนวัตกรรมและการสร้างจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการ ประเทศกัมพูชา

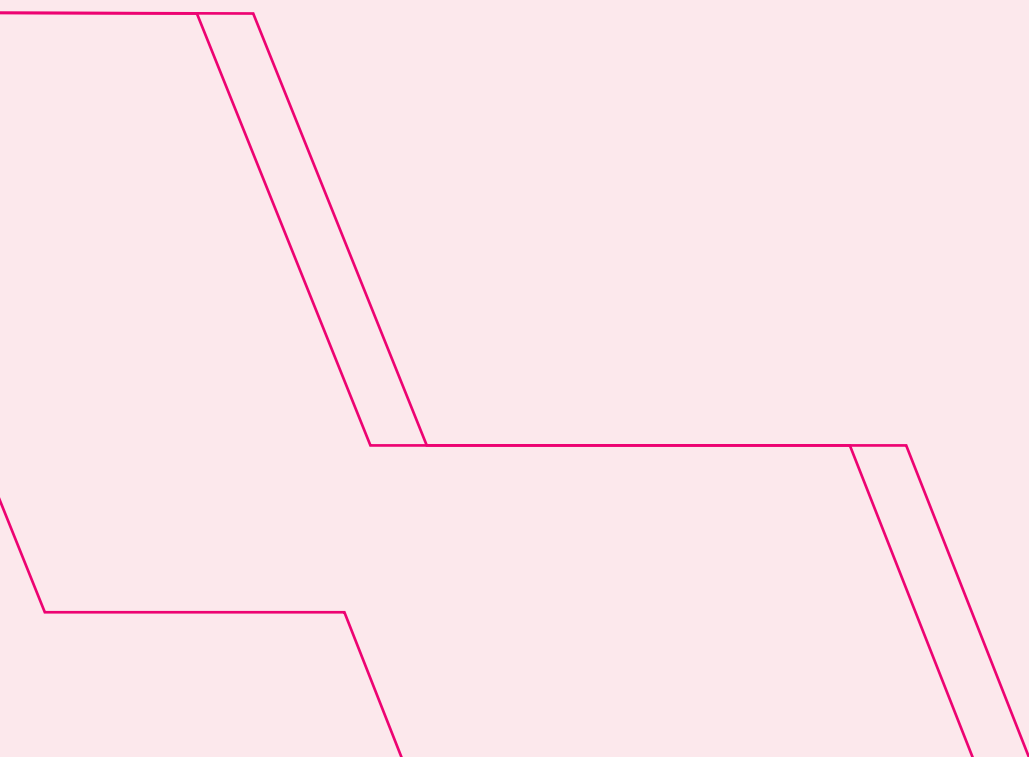
โดยมีสาระสำคัญหลักใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) การพัฒนาพันธมิตรในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจ สตาร์ทอัพ 2) การพัฒนาระบบสนับสนุนสตาร์ทอัพ โดยเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และความเชี่ยวชาญการสร้างเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ การสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาบุคลากร บ่มเพาะธุรกิจ และกลไกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) การพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนา กำลังคน ไปจนถึงการศึกษาโอกาสเพื่อร่วมกันจัดโครงการพัฒนากำลังคนดังกล่าว และ 4) การพัฒนาย่านนวัตกรรมในประเทศไทย โดยหาแนวทางส่งเสริมการใช้นวัตกรรม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในย่านและโดยรอบ ตลอดจนกิจกรรมในการพัฒนาย่านนวัตกรรม ทั้งในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการสภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐาน และสร้างโมเดลในการพัฒนาแต่ละพื้นที่ให้เป็นศูนย์กลางย่านนวัตกรรม

การลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับหน่วยงานดังกล่าวจะช่วยเพิ่มพันธมิตรและเครือข่ายของ NIA ในระบบนิเวศสตาร์ทอัพให้เติบโตขึ้น ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้เกิดการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งระดับประเทศและระดับนานาชาติ



2

# EXHIBITIONS



# Startup Universe



# Startup Universe



พื้นที่ออกบูธและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจเริ่มต้นไทย จำนวน 190 คูหา แบ่งเป็น 9 หมวด ดังนี้

- 1) Ag Tech & Food Tech
- 2) Business Service
- 3) Fin Tech
- 4) Ed Tech & Gov Tech
- 5) Health Tech
- 6) Industry Tech
- 7) Lifestyle Tech & Entertainment
- 8) Property Tech & Urban Tech
- 9) Travel Tech

Exhibitor area and trade area from Thai enterprises are 190 booths, classified into 9 groups as followed.

- 1) Ag Tech & Food Tech
- 2) Business Service
- 3) Fin Tech
- 4) Ed Tech & Gov Tech
- 5) Health Tech
- 6) Industry Tech
- 7) Lifestyle Tech & Entertainment
- 8) Property Tech & Urban Tech
- 9) Travel Tech

# Universities / Institutes / Demos



พื้นที่ออกบูธจัดแสดงผลงานและนวัตกรรมจากสถาบัน  
การศึกษาทั่วทุกภูมิภาค รวมทั้งสิ้น 57 แห่ง ประกอบด้วย  
มหาวิทยาลัย 14 แห่ง สถาบันอาชีวศึกษา 42 แห่ง และ  
สถาบัน 1 แห่ง

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

วิทยาลัยการอาชีพกาญจนาภิเษกหนองจอก

วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีเพชรบุรี

วิทยาลัยอาชีวศึกษาวังไกลกังวล

วิทยาลัยเทคนิคจุฬารัตน์ (ลาดขวาง)

วิทยาลัยเทคนิคชัยนาท

วิทยาลัยเทคนิคท่าหลวงซิเมนต์ไทยอนุสรณ์

วิทยาลัยเทคนิคนครปฐม

วิทยาลัยเทคโนโลยีปทุมธานี

วิทยาลัยประมงสมุทรสาคร

วิทยาลัยพัฒนศึกษาเขตพุน

วิทยาลัยอาชีวศึกษาชลบุรี

วิทยาลัยพัฒนศึกษาบางนา

วิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรี

วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสระบุรี

วิทยาลัยการอาชีพบ้านตาก

วิทยาลัยการอาชีพเบตง

วิทยาลัยการอาชีพสมเด็จพระเจ้าพะโคะ

วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีอุบลราชธานี

วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาภิเษก ปัตตานี

วิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์

วิทยาลัยเทคนิคตรัง

วิทยาลัยเทคนิคตระการพืชผล

วิทยาลัยเทคนิคนางรอง

วิทยาลัยเทคนิคน่าน

วิทยาลัยเทคนิคแม่वंก

วิทยาลัยเทคนิคศรีสะเกษ



วิทยาลัยเทคนิคสกลนคร	Chulabhorn (Ladkwang) Technical College
วิทยาลัยเทคนิคสตุล	Chainat Technical College
วิทยาลัยเทคนิคสุรนารี	Thaluang Cementaianusorn Technical College
วิทยาลัยเทคนิคสุราษฎร์ธานี	Nakhonpathom Technical College
วิทยาลัยเทคโนโลยีชุมพรบริหารธุรกิจ	Pathumthani Technological College
วิทยาลัยเทคโนโลยีธีรภาค	Samut Sakhon Fisheries College
วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตรดิตถ์	Chetupon Commercial College
วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนาเชียงใหม่	Chonburi Vocational College
วิทยาลัยประมงชุมพรเขตอุดมศักดิ์	Bangna Commercial College
วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น	Kanchanaburi Vocational College
วิทยาลัยอาชีวศึกษาพิษณุโลก	Thonburi Vocational College
วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย	Saraburi Vocational Education College
วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี	Ban Tak Industrial and Community Education College
วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์	Somdejchaopakho Industrail and Community College
วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	Ubonratchathani College of Agriculture
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น	Pattani Kanjanaphisek College
	Kalasin Technical College
Exhibitor booths demonstrate their works and innovations from education institutes all over the region in total of 57 institutes – 14 universities, 42 vocational institutes, and 1 institute.	Trang Technical College
	Trakanphuetphon Technical College
	Nang Rong Vocational College
	Nan Technical College
	Maewong Technical College
	Sisaket Technical College
	Sakonnakhon Technical College
	Satun Technical College
	Suranaree Technical College
	Surat Thani Technical College
	Chumphon Business Administration Technological College
	Teerapada Technological College
	Uttaradit Technological College
	Lanna Polytechnic Chiangmai Technical College
	Prince of Chumphon Fishery College
	Khonkaen Vocational College
	Phitsanulok Vocational College
	Loei Vocational College
	Suratthani Vocational College
	Surin Vocational College
	Uttaradit Vocational College
	Thai-Nichi Institute of Technology
Kasetsart University	
Chiang Mai University	
Thammasat University	
Silpakorn University	
Srinakharinwirot University	
Prince of Songkla University	
Walailak University	
Maejo University	
Mae Fah Luang University	
Maharakham University	
Uttaradit Rajabhat University	
Rajamangala University of Technology Isan	
Suan Dusit University	
Suranaree University of Technology	
Kanchanapisek Vocation Training College Nong Chok	
Phetchaburi College of Agriculture and Technology	
Wang Klai Kangwon Industrial and Community Education College	

# International Pavilions



## International Pavilions



พื้นที่ออกบูธของหลากหลายสตาร์ทอัพและไอเดียจากต่างประเทศ ที่พร้อมเปิดโอกาสให้สตาร์ทอัพไทยได้สานสัมพันธ์ไปในระดับนานาชาติ เช่น ฮองกง, ไต้หวัน, ญี่ปุ่น, มาเลเซีย, สิงคโปร์, เวียดนาม, ชิลี, เนเธอร์แลนด์, โปแลนด์, โปรตุเกส, ออสเตรเลีย, ฝรั่งเศส, สวีเดน, เยอรมนี, คาซัคสถาน เป็นต้น

Startups from various countries such as Hong Kong, Taiwan, Japan, Malaysia, Vietnam, Chile, The Netherlands, Poland, Portugal, Australia, France, Sweden, Germany, Kazakhstan and more joined the International Pavilion presenting their products and ideas. Some of them are eager to collaborate with Thai startups.

# Government Supports



พื้นที่สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่มีโครงการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น อาทิ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA), ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA)

โดยบริการให้ความรู้ในการเริ่มต้นธุรกิจและการสนับสนุนของภาครัฐ ตั้งแต่การบ่มเพาะธุรกิจ การแสวงหาเทคโนโลยี การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา กระบวนการจัดตั้ง และการบริหารจัดการบริษัท นอกจากนี้ยังเสนอบริการของภาครัฐด้านแหล่งเงินทุนและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ Smart VISA การให้เงินทุน การร่วมลงทุน เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และการยกเว้นภาษีสำหรับสตาร์ทอัพและ VC

Areas for public agencies with enterprise supporting projects such as National Innovation Agency (NIA), Stock Exchange of Thailand (SET), Electronic Transactions Development Agency (ETDA). They offer knowledges for starting a business and governmental supports – from incubator program, technology finding, intellectual property protection, business incorporation and management. These also give supports in term of venture capitals and benefits from Smart Visa, seed funding, venturing, low interest loan, and tax break for startups and venture capital.

# Innovation District



พื้นที่จัดแสดงเรื่องย่านนวัตกรรมต่างๆ เช่น ย่านนวัตกรรมรัตนโกสินทร์ ย่านนวัตกรรมปทุมวัน ย่านนวัตกรรมโยธี ย่านนวัตกรรมพัทยา ย่านนวัตกรรมบางแสน ย่านนวัตกรรมเชียงใหม่ ย่านนวัตกรรมภูเก็ต ย่านนวัตกรรมขอนแก่น

Exhibition area showcases various innovation districts such as Rattanakosin Innovation District, Pathumwan Innovation District, Yothi Innovation District, Pattaya Innovation District, Bang Sean Innovation District, Chiang Mai Innovation District, Phuket Innovation District, and Khon Kaen Innovation District.

## Sponsors & Partners





# Sponsors & Partners

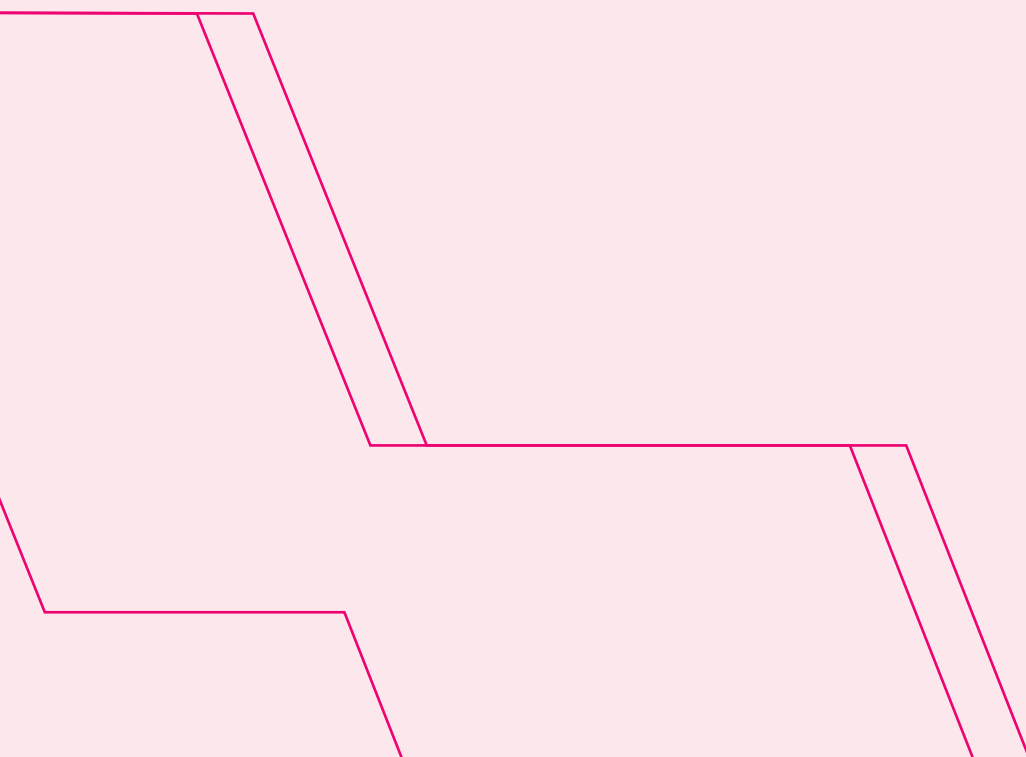






3

# CONFERENCES



---

# DEEP TECH CONFERENCES

24 Jul 19

---

---

3.1

# CONFERENCES

---

## DEEP TECH AND THE TRUST ECONOMY - HOW TO COMMERCIALIZE GREAT TECHNOLOGY IN A GREAT WAY

24 July 2019

10:10 – 10:30

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**ฟิลิปป์ คริสเตียน ดึคเคอฮ็อนอร์**  
**ผู้ก่อตั้ง อ็อกซิโทซิน กรุ๊ป**

Philipp Kristian Diekhöner  
Founder, OxytocinGroup



ทุกวันนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดในโลกธุรกิจคือ ข้อมูล (Data) เทคโนโลยี และความเชื่อใจ โดยเฉพาะ Deep Tech Startup ซึ่งกำลังเติบโต และเป็นธุรกิจที่สร้างความแตกต่างให้กับสังคม ช่วยให้ผู้คนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถใช้เทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคธุรกิจได้

สิ่งสำคัญคือการเชื่อมโยงให้ถึงผู้คน เริ่มแรกคือการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลง่ายที่สุด ส่วนสิ่งที่จะเกิดขึ้นหลังจากนั้นคือการสร้างความเชื่อใจให้กับผู้ใช้ เพราะเมื่อมีความเชื่อใจเกิดขึ้นในความสัมพันธ์หนึ่ง ๆ แล้ว ทุกอย่างหลังจากนั้นก็ง่ายยิ่งขึ้นก่อให้เกิดเป็น Trust Economy ซึ่งเป็นการทำธุรกิจบนความเชื่อใจซึ่งกันและกัน

มูลค่าของธุรกิจไม่ใช่เทคโนโลยี แต่คือการสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้ ดังนั้นจึงต้องรักษาคุณค่าในสิ่งนี้ไว้ เพราะถ้าความเชื่อใจในธุรกิจหายไป เท่ากับคุณค่าได้หายไปด้วย

“เทคโนโลยีเป็นเรื่องง่าย แต่เรื่องที่ยากคือ การทำให้คนไว้วางใจ หากวันหนึ่งความเชื่อใจได้หายไป คุณค่าต่าง ๆ ก็จะหายไปด้วยเช่นกัน”



Nowadays, the most important things in business world are data, technology, and trust. This is particularly true for growing Deep Tech startups which could make a difference to society, and help improve quality of life. It also aims to employ technology to improve efficiency, and add values to businesses.

The important thing is to connect people. First, it should make data more accessible for consumers. Then trusts from users or consumers will follow. Once trust reaches a certain level within a relationship, it will be much easier for everything that follows and will be more likely to establish trust economy i.e. business on mutual trusts.

The true value of the business is not technology

by establishing trust among users. Therefore, this value must be maintained. So if trust vanishes from a business, such value will too disappear.

**“Technology is an easy part. Getting people to trust you, that is the hard part. Once the trust disappears, the value disappears also.”**

## ACCELERATING THE ENERGY STARTUP ECOSYSTEM IN THAILAND

24 July 2019

10:30 – 10:45

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**รัฐศิริ วชิรปัญญานนท์**

**ผู้จัดการโปรแกรม บริษัท นิว เอ็นเนอร์ยี**

**เน็กซ์ ประเทศไทย จำกัด**

Radtasiri Wachirapunyanont

Program Manager, New Energy Nexus

Thailand Company Limited



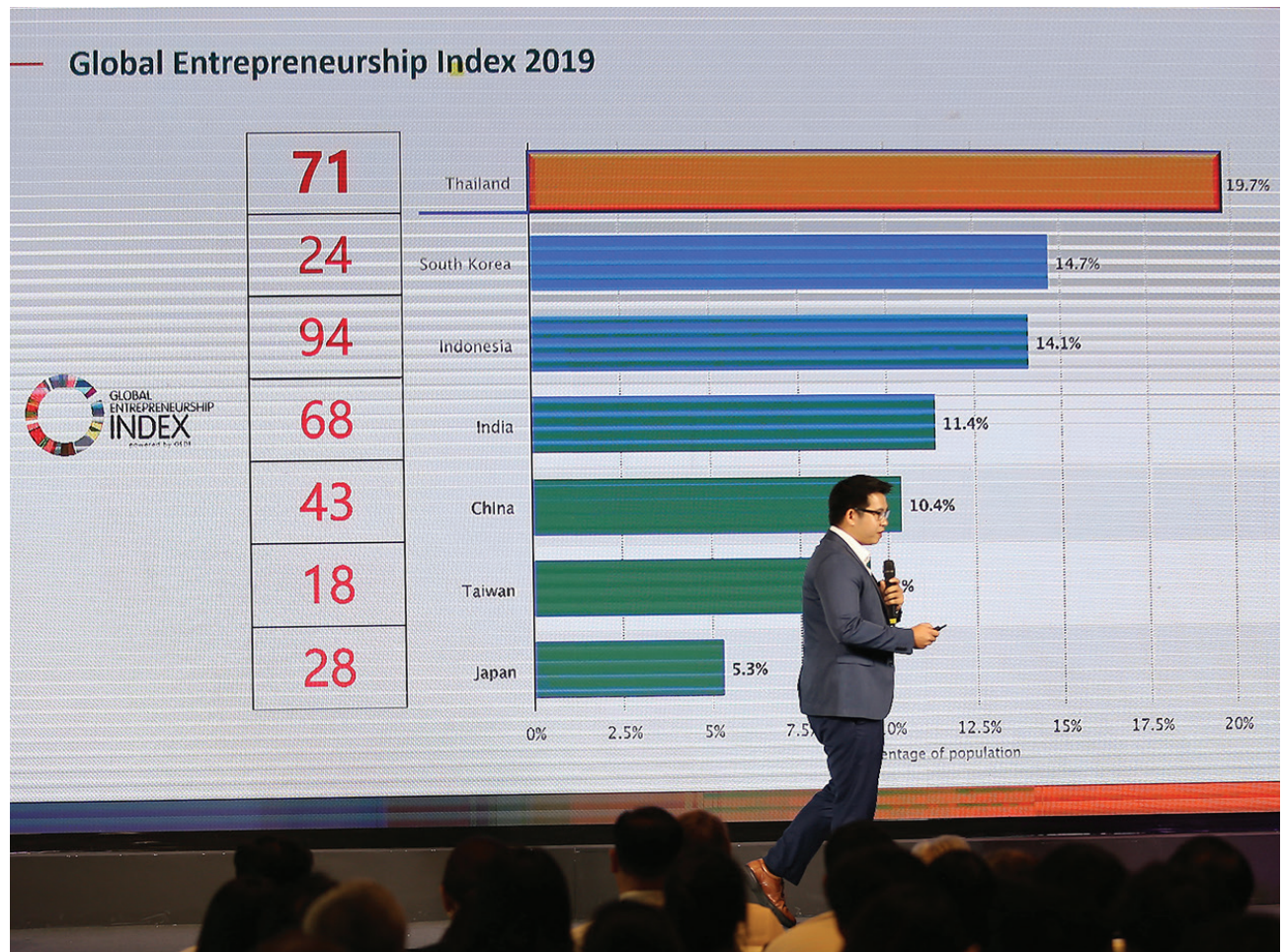
มีสตาร์ทอัพเกิดขึ้นมากมายในโลกนี้ เช่นเดียวกับในภูมิภาคเอเชียที่ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ในจำนวนนั้นสตาร์ทอัพที่น่าสนใจอย่างมากคือสตาร์ทอัพด้านพลังงาน เพราะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้คนเป็นจำนวนมาก เชื่อมโยงกับโครงสร้างพื้นฐานของสังคมและสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับชีวิตและความเป็นอยู่

New Energy Nexus Southeast Asia (Nexus SEA) คือกองทุนที่สนับสนุนสตาร์ทอัพซึ่งมีเป้าหมายที่จะพัฒนาระบบนิเวศด้านพลังงานที่ยั่งยืนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดย Nexus SEA จะช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการด้านพลังงาน การสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร และการสนับสนุนการลงทุนด้าน Smart Energy ผ่านการให้ทุน การจัดกิจกรรม การร่วมมือกับสถาบันการศึกษา

Nexus SEA ยังให้โอกาสกับนักพัฒนาซอฟต์แวร์

นักวิเคราะห์ข้อมูล และผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงานจากทั่วภูมิภาค ส่งเสริมการสร้างระบบนิเวศของพลังงานอัจฉริยะที่จะทำให้เกิดสตาร์ทอัพด้านพลังงานที่มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงระบบพลังงานในภูมิภาค เสริมสร้างให้เกิดเศรษฐกิจที่มีภูมิคุ้มกันและยั่งยืน

“ Nexus SEA สนับสนุนผู้ประกอบการที่มีพลังในการทำธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เปิดโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมว่าด้วยพลังงานที่สะอาดแห่งอนาคต ”



A large number of new startups have emerged worldwide as well as in Asia where startups grow quickly. Among these, energy startups gain good attention because it relates to a vast number of people as well as connecting to basic infrastructure in any society, and could potentially change livelihood.

New Energy Nexus Southeast Asia (Nexus SEA) is a startup seeding fund aiming to develop an ecosystem for sustainable energy in Southeast Asia region. Nexus SEA will support energy entrepreneurs, corporate innovation, and smart energy investment through funding, organizing activities, and cooperating with education institutions.

Nexus SEA also offers chances for software

developers, data analysts, and energy experts from all across the region, to propose for supports in building smart energy ecosystem, leading to high potential energy startups capable of changing regional energy system, and creating sustainable and strong economy.

**“ Nexus SEA works to achieve this by supporting entrepreneurs who are powering the thousands of businesses, technologies, and innovations needed to open up the economic and social opportunities of a clean energy future. ”**



## BUILDING BLOCKS FOR THE FUTURE OF ENERGY

24 July 2019

10:45 – 11:00

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**โทมัส โคมเมสกา**

**ผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์**

**บริษัท เอนแนปเตอร์ จำกัด**

Thomas Chrometzka

Director of Strategy,

Enapter Company Limited



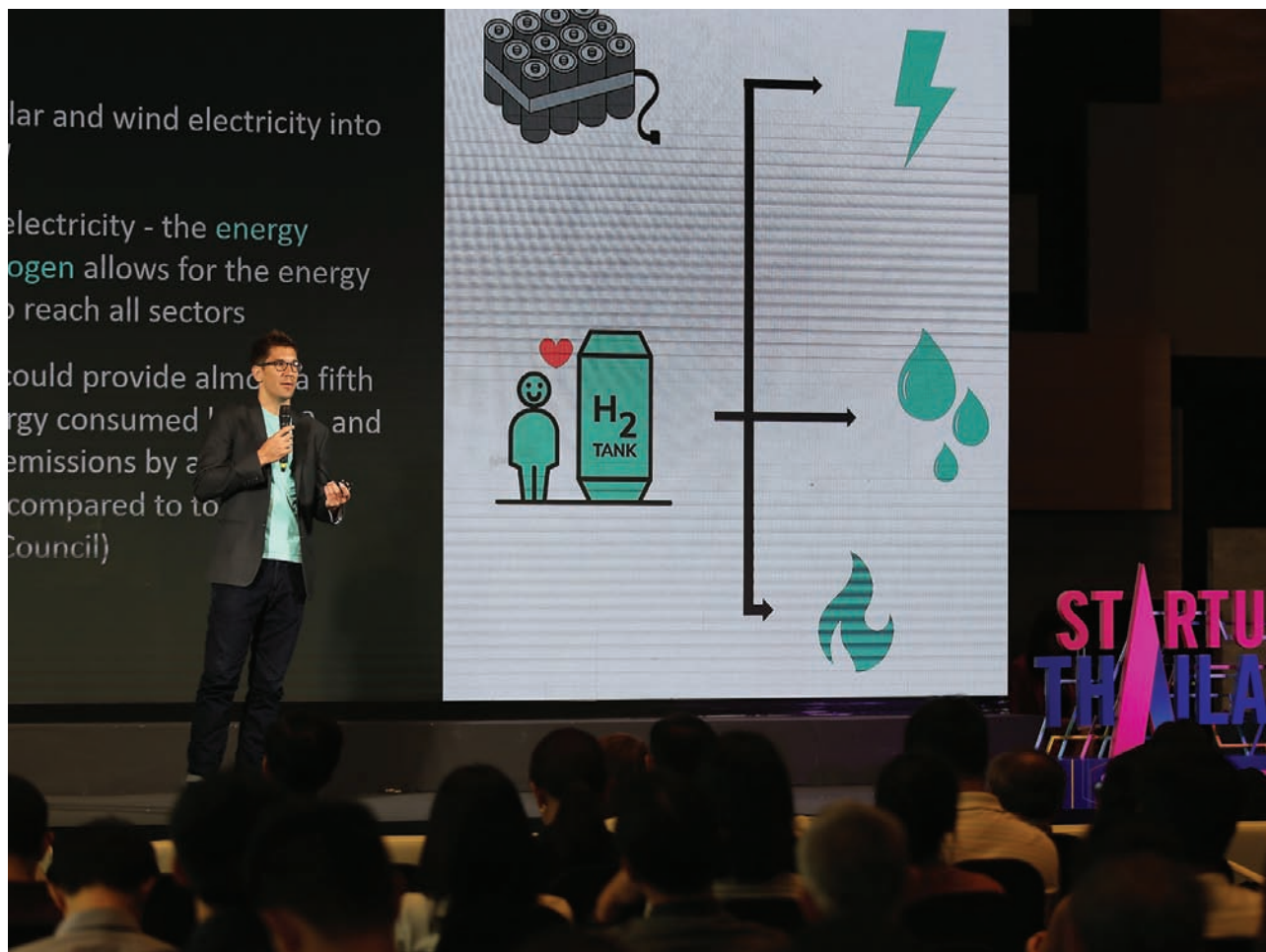
เมื่อพูดถึงพลังงาน หลายคนอาจนึกถึงพลังงานลมและพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งนั่นเป็นอดีตสักเมื่อ 10 ปีก่อน แต่ปัจจุบันนี้แหล่งพลังงานที่สำคัญที่สุดในอนาคตคือเชื้อเพลิงไฮโดรเจน ซึ่งช่วยลดผลกระทบต่อสภาวะโลกร้อน และไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ

พลังงานไฮโดรเจนสามารถนำไปประยุกต์กับการใช้พลังงานแบบที่เป็นอยู่ได้ ไม่ว่าจะเป็นเชื้อเพลิงสำหรับเครื่องบิน เครื่องยนต์ยานพาหนะ อุตสาหกรรมขนส่ง และมีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับพลังงานแบบดั้งเดิม ไฮโดรเจนถือเป็นพลังงานสะอาด สามารถเปลี่ยนพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลมให้เป็นพลังงานเชื้อเพลิงได้

สิ่งที่ธุรกิจพลังงานให้ความสำคัญอยู่ตอนนี้คือการสร้างพลังงานแห่งอนาคต ที่มีประสิทธิภาพและไม่สร้างปัจจัยที่นำไปสู่ภาวะโลกร้อน ทั้งนี้ Enapter คือบริษัทสตาร์ทอัพที่

ได้พัฒนาและผลิตอิเล็กทรอนิกส์แลกเปลี่ยนประจุลบซึ่งเป็นกระบวนการในการสร้างพลังงานไฮโดรเจน มีการใช้ไฮโดรเจนเป็นตัวนำพาพลังงาน นำไปสู่สังคมและเศรษฐกิจที่มีคาร์บอนต่ำทั้งสำหรับครัวเรือน ยานพาหนะ และการขนส่ง

“ไฮโดรเจนถือเป็นพลังงานสะอาดมันสามารถใช้เปลี่ยนพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลมให้เป็นพลังงานเชื้อเพลิงได้ Green Hydrogen นี้สามารถนำไปใช้ได้ในด้านของพลังงานความร้อน อุตสาหกรรม รวมไปถึงด้านยานยนต์”



When talking about energy, many will think of wind or solar energy, but that was 10 years ago. Now they most important energy source of future is hydrogen fuel, which helps reduce impact on global warming without negative health impact.

Hydrogen energy can be applied to work with the existing energy system such as household energy, vehicles, transports, and as efficient as the existing traditional energy. Considered a clean energy, Hydrogen can help convert solar and wind energy to be fuel energy.

The key focus of overall energy business is to create a power for future that is more efficient and does not contribute to climate change. Now Enapter

is a startup that develops and produces electrolyte releasing negative particles, which is a hydrogen energy creating process. Using hydrogen as an energy medium will lead society and economy based on low carbon households, vehicles, and transports.

**“Hydrogen is an abundant source of green energy. It can convert solar and wind energy into a fuel power. Green hydrogen can be used in a variety of ways-as a source of energy, heating, and in industries as well as automobiles.”**

## THE WORLD'S MOST EFFICIENT DISRUPTIVE SCALABLE POWER STORAGE

24 July 2019

11:00 – 11:15

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**ลีโอฟาลด์ เฟไลเลอร์**

**ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท โกลบอล เอ็นเนอร์ยี สตอเรจ**

Leopold Feiler

Co-Founder, Global Energy Storage



พลังงานเปรียบเสมือนกับกระดูกสันหลังของมนุษย์และเป็นส่วนประกอบสำคัญของการสร้างอนาคต แต่ทุกวันนี้เราพบว่าที่เก็บกักพลังงานส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบของแบตเตอรี่ หากแต่เพียงก้อนแบตเตอรี่ไม่สามารถกักเก็บพลังงานได้เพียงพอ ไม่สามารถเก็บสะสมพลังงานส่วนเกินจากที่ผลิตได้แล้วนำมาเก็บสำรองไว้ใช้ในยามขาดแคลนได้

เทคโนโลยีการกักเก็บพลังงานจึงเป็นการแก้ปัญหาพลังงานไม่เพียงพอ ทั้งยังช่วยสร้างพลังงานทดแทนที่ประสบความสำเร็จ และหนึ่งในไอเดียที่นำเสนอคือ Global Energy Storage (GES) ซึ่งสามารถกักเก็บพลังงานสะอาดได้ตลอดทั้งวัน ไม่ว่าจะเป็พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานสะอาดอื่น ๆ ที่เป็นพลังงานของอนาคต

GES ถือเป็นที่บรรจุพลังงานที่มีประสิทธิภาพที่สุดในโลกที่ทำได้ การเก็บพลังงานจะช่วยให้ธุรกิจมีความเสถียร

และยืดหยุ่นมากขึ้น และที่สำคัญวิธีการเช่นนี้ยังไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

“ ทุกวันนี้เราพบว่าที่เก็บกักพลังงานส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบของแบตเตอรี่ แต่แค่เพียงก้อนแบตเตอรี่ไม่สามารถกักเก็บพลังงานได้เพียงพออีกต่อไป ”



Energy is like human backbone, and a key component for building futures. However, it is found that most energy storage comes in the form of a battery and it appears that it can never store enough energy, nor can it store the surplus energy from production and redistribute when shortage.

Energy storage technology is thus a solution to energy shortage situation and creates a successful alternative energy. One of the proposed ideas is Global Energy Storage (GES) which can help store clean energy all day long, no matter it is wind, solar, or other clean energy; therefore, it is a power for future.

GES is considered to be the most efficient energy storage in the world. Energy storage can assist

businesses to be more stable and flexible, and more importantly this will have no negative environmental impact.

**“ Nowadays, we normally see an energy storage in the form of battery but it doesn’t have enough capacity to store energy anymore. ”**

## REPORTING FROM THE FRONT LINES OF THE ENERGY STORAGE REVOLUTION

24 July 2019

11:15 – 12:00

The Knowledge Exchange (KX)

### Speaker

- โทมัส โคมเมสกา ผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์ บริษัท เอนเนปเตอร์ จำกัด
- พศ. ดร. ยศพงษ์ ลอนนวล นายกสมาคม ยานยนต์ไฟฟ้าไทย
- ลีโอโพลด์ เฟลเลอร์ ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท โกลบอล เอ็นเนอร์ยี สตอเรจ

- Thomas Chrometzka, Director of Strategy, Enapter
- Asst. Prof. Dr. Yossapong, President, Electric Vehicle Association of Thailand
- Leopold Feiler, Co-Founder, Global Energy Storage

### Moderator

- สแตนลีย์ อึ้ง ผู้จัดการโปรแกรม บริษัท นิว เอ็นเนอร์ยี เน็กซ์ ประเทศไทย จำกัด
- Stanley Ng, Regional Program Manager, New Energy Nexus SEA

สตาร์ทอัพด้านพลังงานมีความสำคัญต่อโลกอนาคต เรากำลังอยู่ในโลกที่ต้องการพลังงานสะอาด เช่น พลังงานไฮโดรเจนที่จำเป็นสำหรับภาคขนส่งมวลชน ขณะเดียวกันก็ต้องเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีด้านกักเก็บพลังงานเพื่อให้ผู้คนมีพลังงานใช้อย่างเพียงพอ

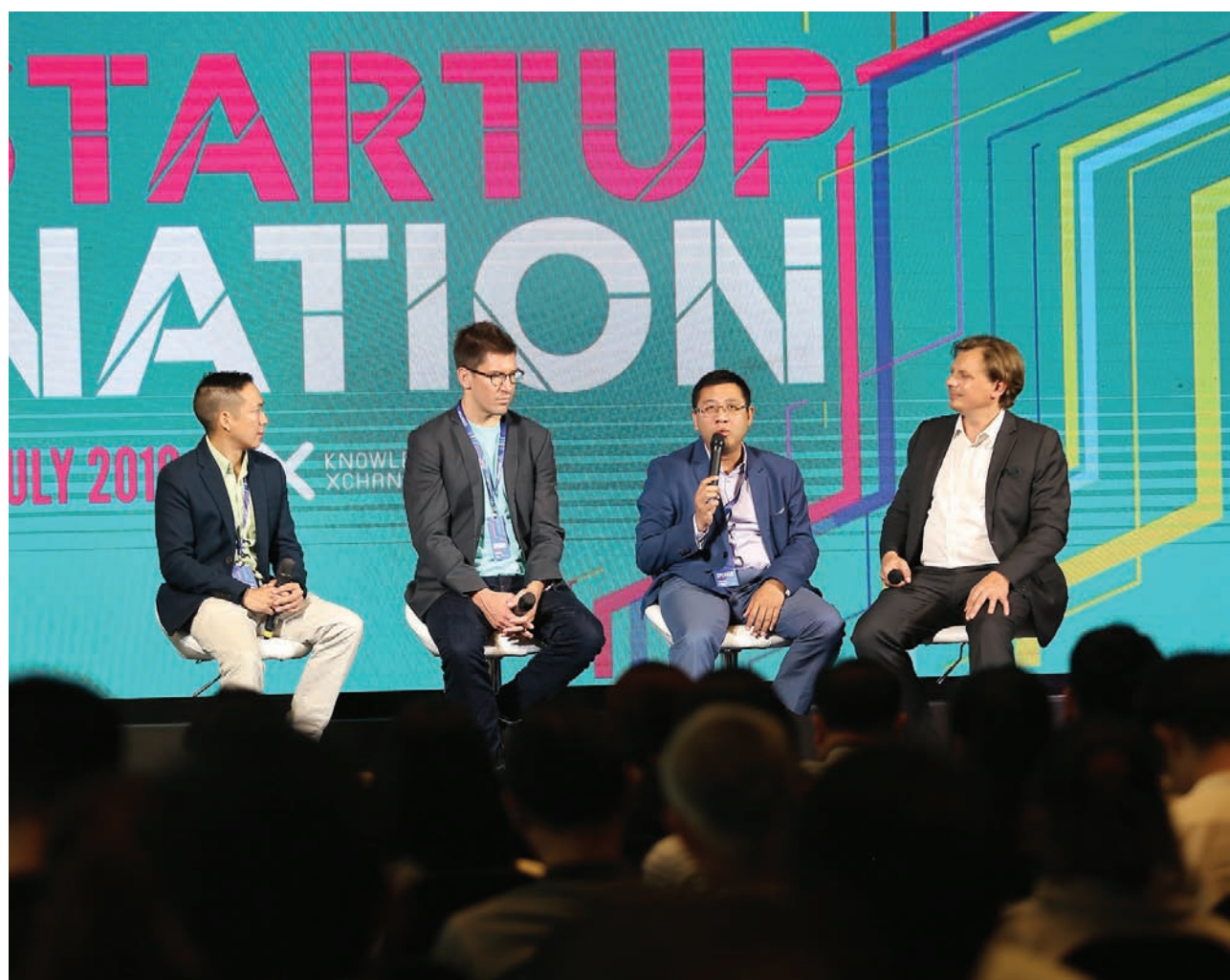
ขณะที่ในประเทศไทย ตัวแทนของสมาคมยานยนต์ไฟฟ้าไทยได้ฉายภาพให้เห็นถึงทิศทางของประเทศที่ให้ความสำคัญกับรถยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ซึ่งประสบกับปัญหามลพิษมาตลอด ยิ่งเฉพาะในช่วงเกิดสถานการณ์ฝุ่นพิษ PM 2.5 ซึ่งทำให้สังคมเราจริงจังกับการลดมลพิษอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน

ประเทศไทยในฐานะประเทศที่มีฐานการผลิตรถยนต์ก็มีการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า มีการวางออกจำหน่าย ซึ่งรัฐบาลและประชาชนก็สนับสนุนและส่งเสริมได้ด้วยดี ทั้งนี้ยัง

รวมถึงการใช้พลังงานไฟฟ้าปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคขนส่งมวลชน การสนับสนุน EVAT (Electric Vehicle Association of Thailand) รวมถึงการผลิตภาคอุตสาหกรรมและการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับเทคโนโลยี EV (Electric Vehicle)

**“ คุณต้องมีความมุ่งมั่น และเชื่อในความคิดของคุณว่ามันจะเปลี่ยนโลกได้ ”**

โทมัส โคมเมสกา  
ผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์  
บริษัท เอนเนปเตอร์ จำกัด



Energy startups are vital to future as we are in the world that is in need of clean energy such as hydrogen energy, which is necessary for public transport sector. Meanwhile, it must be well connected to energy storage technology so that people can have sufficient energy

In Thailand, a representative from Electric Vehicle Association of Thailand (EVAT) shared the direction of Thailand as it stresses the importance of electric vehicles, particularly in big cities where it has long suffered pollution issues, particularly during PM2.5 pollution. This inspires general public to take pollution reduction very serious like never before.

Thailand, as a major car-manufacturing hub, which also manufactures electric vehicles, has seen more

distributions, which is well supported by Government and general public. There are also attempts to apply electric vehicles to improve energy usage in public transport. EVAT gets strong support including the aspects of industrial productions, research and development of EV (Electric Vehicle)

**“ You must have a strong determination and believe that your idea can change the world. ”**

Thomas Chrometzka  
Director of Strategy, Enapter

## GROW BONES FROM YOUR OWN CELLS

24 July 2019

13.30-13.45

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**ดร. สารินทร์ บhumิรัตนา**

**ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม EpiBone**

Dr. Sarindr Bhumiratana,

Chief Scientist, EpiBone, Inc.



EpiBone คือสตาร์ทอัพที่มีสมาชิกและหนึ่งในผู้ก่อตั้งเป็นคนไทย ธุรกิจที่มีฐานอยู่ที่นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา EpiBone มีเทคโนโลยีชีวภาพพัฒนาการสร้างกระดูกใหม่โดยการสแกนข้อบกพร่องของกระดูกของผู้ป่วยและเซลล์ต้นกำเนิดของผู้ป่วยเองเพื่อสร้างและปลูกฝังการปลูกถ่ายกระดูก

ผู้ที่มีปัญหากระดูกแตกหรือหัก ร่างกายจะไม่สามารถซ่อมแซมกระดูกได้ ดังนั้น จะต้องตัดกระดูกจากร่างกายของผู้ป่วย หรือนำกระดูกมาร่างกายผู้อื่นที่มีการบริจาค แต่ EpiBone ทำได้แตกต่างด้วยการนำสเต็มเซลล์ที่มีอยู่ในร่างกายของทุกคนมาเพาะเลี้ยงและสร้างเป็นชิ้นกระดูกอ่อนที่พอดีกับส่วนที่ร่างกายต้องการ ขณะเดียวกันบริษัทก็มีเทคโนโลยี 3D CT Scan ที่ดีไซน์กระดูกส่วนที่ร่างกายต้องการออกมาได้ ว่าแต่ละคนต้องการกระดูกในแบบใด ซึ่งช่วยในการซ่อมแซมข้อบกพร่องและปรับปรุง

การสร้างกระดูกและการงอกใหม่ ซึ่งนับเป็นวิธีการรักษาที่ดีที่สุด เพราะเป็นการใช้ชิ้นส่วนในร่างกายตนเองซ่อมแซมชิ้นส่วนที่หายไป และในอนาคต เทคโนโลยีตัวนี้จะถูกนำไปใช้ในวงการศัลยกรรม เช่น การปรับโครงสร้างใบหน้า การวิจัยผลิตภัณฑ์กระดูก ซึ่งเป็นการปลูกถ่ายกระดูกที่ผลิตจากเนื้อเยื่อไขมันจากสเต็มเซลล์ของผู้ป่วย EpiBone-Cranio-maxillofacial (EB-CMF)

**“ การใช้ชิ้นส่วนในร่างกายตนเองซ่อมแซมชิ้นส่วนที่หายไป สิ่งนี้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น นี่จึงเป็นวิธีการที่ดีที่สุด ”**



Based in New York, USA, EpiBone is a startup company with a Thai as one of the founders. EpiBone uses biomedical technology to develop new bones by scanning biological flaw of patient's bone, and using patient's stem cell to create and transplant or graft the bones.

Unlike those of a normal person, the bones of patients with fractured or broken bones problem cannot heal or fix themselves. They need to be cut from other parts of the body or transplanted from donors. EpiBone makes a difference by using the patients' stem cells to grow and create soft bone tissues in the size that matches their needs. Also the company has 3D CT scan technology that designs the bone according

to the needs of the body-shape, size, and type-which help fix the issue and improve new bone creation. This is regarded as the best way of treatment because it uses body own part to fix the missing part. In the future, this technology could be used in surgery such as the facial reconstructive surgery, orthopaedic product research, which is bone transplantation from stem cells growing from fat tissue of such patient - EpiBone-Craniomaxillofacial (EB-CMF).

**“ The best treatment for one’s body is an autograft, that is, using a part of your body to repair your missing part. ”**



## HEART COOLING DEVICE THAT COULD REDUCE HEART MUSCLE DEATH BY 90% COMPARED TO THE CURRENT TREATMENT

24 July 2019

13:45 – 14:00

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**ดร. uw. ปราโมทย์ หอเจริญ**

**ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยี บริษัท NirvaMed**

Dr. Pramote Horcharoen

MD / CTO, NirvaMed, Inc.

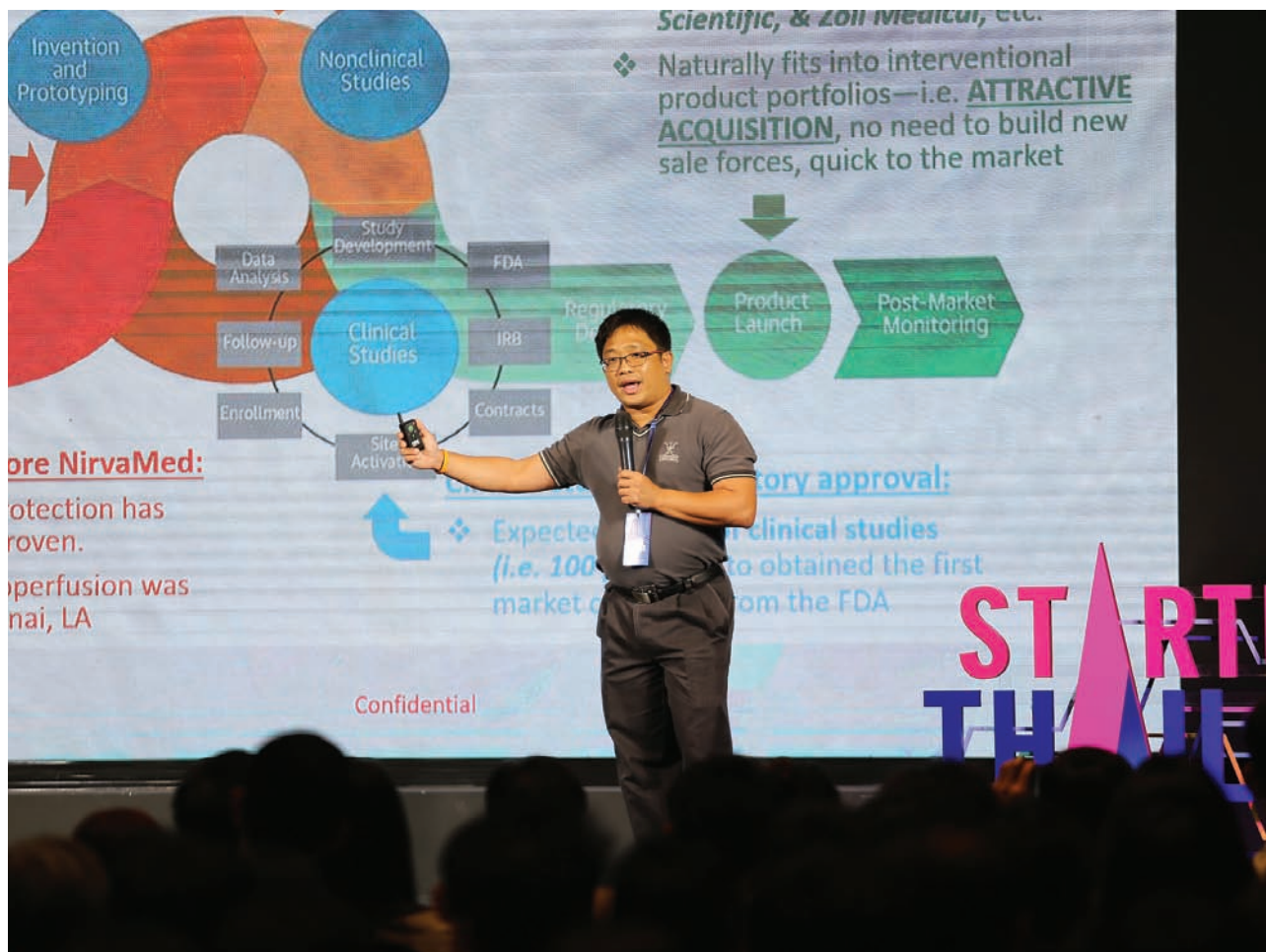


การเกิดหัวใจวายเฉียบพลัน ส่วนหนึ่งเกิดจากหลอดเลือดแดงไปเลี้ยงกล้ามเนื้อหัวใจแข็งตัว หรือมีไขมันเกาะที่ผนังของหลอดเลือด ทำให้หลอดเลือดแดงตีบแคบลง ปริมาณเลือดแดงผ่านได้น้อย ทำให้เกิดภาวะกล้ามเนื้อหัวใจขาดเลือด

NirvaMed คือสตาร์ทอัพที่พัฒนาอุปกรณ์ทำความเย็นระบายความร้อนของกล้ามเนื้อหัวใจที่กำลังจะตายจากการที่เลือดไม่สามารถไหลเวียนผ่านได้ โดยอุปกรณ์ทำความเย็นนี้เปรียบเสมือนกับตู้เย็นที่จะช่วยรักษาให้กล้ามเนื้อหัวใจเสียหายน้อยที่สุด พยายามช่วยให้การไหลเวียนของเลือดกลับมาทำงานปกติ และปรับปรุงการจัดหาออกซิเจนและการไหลเวียนของเลือด ช่วยยืดอายุผู้ป่วยก่อนจะส่งถึงมือแพทย์ ซึ่งถือเป็นมาตรฐานใหม่สำหรับการป้องกันการตาย

ของกล้ามเนื้อหัวใจ ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคอาการหัวใจวายเฉียบพลัน

**“อุปกรณ์ระบายความร้อนหัวใจสามารถลดการตายของกล้ามเนื้อหัวใจได้ 90% เมื่อเทียบกับการรักษาในปัจจุบัน”**



Heart attack is partly caused by coronary artery atherosclerosis reducing blood flow, and eventually myocardial infarction (MI).

NirvaMed is a startup company developing cooling equipment to cool down the heat of myocardial infarction caused by stoppage of blood flow. This cooling device acts as a cooler to chill and minimize heart muscle damage, and help restore blood flow to normal as well as help provide oxygen and blood flow, hopefully increase chances of patients before reaching medical help. This is a new standard for preventing myocardial infarction, which is a root cause of acute heart attack.

“The heart cooling device could reduce heart muscle death by 90% compared to the current treatment”

## HIGH FIDELITY 3-D FACE SCANNING

24 July 2019

14:00 – 14:15

The Knowledge Exchange (KX)

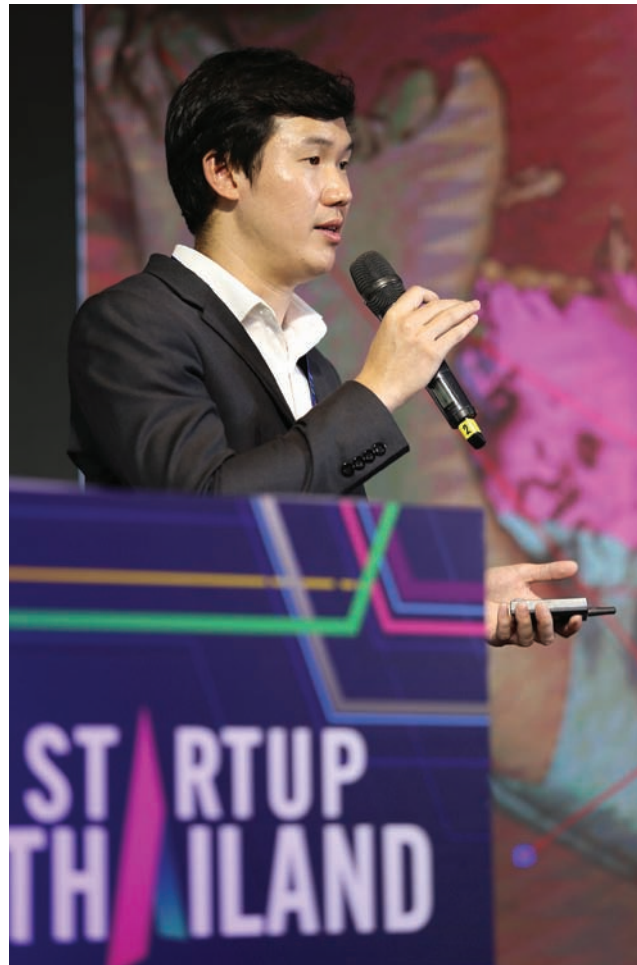
Speaker

**ดร. บรม ตันวัฒนพงษ์**

**ประธานกรรมการ บริษัท ลูมิโอ นรีดี จำกัด**

Dr. Borom Tunwattanapong

CEO, Lumio 3D



Lumio 3D คือสตาร์ทอัพที่เกิดจากการต่อยอดงานวิจัยด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก และใช้เวลาพัฒนาต่อเนื่องจนกลายเป็นเครื่อง 3D สแกนเนอร์ โดยเป้าหมายของ Lumio 3D คือการนำเทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ มาใช้กับการควบคุมกล้อง การควบคุมสภาวะแสง ทำให้ได้เทคโนโลยีการสแกนที่สามารถตอบโจทย์ได้ในหลากหลายอุตสาหกรรม ทั้งอุตสาหกรรมการผลิตโรงงานอุตสาหกรรม ร้านค้า และการที่บริษัทวางกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายเช่นนี้เนื่องด้วยต้องการให้องค์ความรู้และเทคโนโลยีการสแกน 3 มิติที่มีความเที่ยงตรงสูงสร้างประโยชน์ให้กับทุกอุตสาหกรรม

ในโอกาสนี้ Lumio 3D ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุดคือ Rapid High Fidelity 3-D Face Scanner ซึ่งมีความสามารถสแกนวัตถุคุณภาพสูงรอบทิศทางโดยใช้อุปกรณ์ที่มีการติดตั้งทั้งแสงและกล้องความละเอียดสูง สามารถรู้

ถึงตำแหน่งแสงที่เข้ามากระทบได้แม่นยำ กำหนดแสงในรูปแบบที่จะสามารถตัดแสงสะท้อนได้ดี สามารถใช้กับการผลิตอุปกรณ์ทางทันตกรรม การศัลยกรรม ซึ่งสามารถขึ้นรูปต้นแบบได้รวดเร็ว แม่นยำ ลดเวลา และภาระค่าใช้จ่ายให้เหมาะกับผู้เข้ารับการรักษาได้

**“เราอยากให้มีเครื่องสแกน 3 มิติที่มีความเที่ยงตรงสูงสำหรับทุกอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีของเราเราสามารถปรับแต่งทั้งซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ให้เหมาะที่สุดสำหรับความต้องการของลูกค้า”**



Lumio 3D is a startup company based on computer graphic research that has been continuously developed and evolved into 3D scanner. Lumio 3D's main objective is to adopt various technologies to control camera and lighting to response to different industrial needs, including manufacturing sector, factories, and businesses. The company is aimed at diverse target as it wishes to propose the knowledge and technology of high precision 3D scanning to benefit all industries.

Now, Lumio 3D introduces its new product, a Rapid High Fidelity 3-D Face Scanner, which can perform high resolution scanning in all directions as it is equipped with lighting and high resolution camera. It can precisely sense the incoming lights as well as

produce lights to cut reflecting lights. Also it can be applied to dental equipment production and surgery as it can very quickly produce prototype with much lower costs and time for patients.

**“We want to provide high fidelity 3-D scanning solution for all industries. With our technology, we can customize both software and hardware to best suit our customers’ needs.”**

## TRANSFORMING THE OPERATION AND HELPING BUSINESSES IMPROVE EFFICIENCY, SAFETY, AND QUALITY WITH INDUSTRIAL IOT AND SOFTWARE

24 July 2019

14:15 – 14:30

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**ธัญกัต อังศุพิสิฐ**

**กรรมการผู้จัดการ เทคโนโลยี**

Thanyathat Angsuphisit,

Managing Director at Technimal



จะดีหรือไม่ถ้าผู้ประกอบการรู้อย่างทันท่วงทีว่า ธุรกิจในแต่ละวันใช้ต้นทุนไปเท่าไร ใช้ระยะเวลาที่ขั้นตอนไหนมากที่สุด รวมไปถึงในกระบวนการผลิตได้สร้างของเสียซึ่งจะสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากเท่าใด?

Technimal เป็นผู้ให้บริการ IoT ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มเชื่อมโยงข้อมูลเชิงลึกให้กับผู้ประกอบการ โดยใช้ความฉลาดของเครื่องและปัญญาประดิษฐ์เพื่อค้นหารูปแบบข้อมูล และแสดงรายละเอียดทั้งในโรงงานอุตสาหกรรมแต่ละขนาด ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ อุตสาหกรรมระบบโลจิสติกส์เชื่อมต่อกับระบบไอทีเพื่อได้ข้อมูลไปปรับปรุงการผลิต รวมถึงการวางแผนเพื่อใช้ทรัพยากรที่น้อยลง ขณะเดียวกันที่ลดเวลาและความสูญเสียมากขึ้น

นี่คือแพลตฟอร์มพื้นฐาน ที่เตรียมจะต่อยอดไปสู่ในรูปแบบธุรกิจตามแต่ความต้องการ และหลังจากก่อตั้งมา 3 ปี

พวกเขามีลูกค้าเป็นโรงงานอุตสาหกรรม ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ที่ต้องการประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้น เชื่อมโยงข้อมูลเพื่อสร้างข้อมูลเชิงลึกขับเคลื่อนธุรกิจแบบก้าวกระโดด

**“ในตลาดประเทศไทยเรามีโรงงานจำนวน 142,000 โรงงาน แต่มีเพียง 3% เท่านั้นที่พยายามจะเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อในโรงงานอุตสาหกรรม และนั่นเป็นเหตุผลที่เราจะกำมัน”**



Wouldn't it be best if a business owner can know immediately about their daily costs, the process or step that is most time-consuming, including daily waste, pollution, and environmental impact the business creates each day?

Technimal is IoT service provider as a platform providing in-depth data for business owners by employing machine intelligence, and artificial intelligence to find out data pattern, and visualize details for factories of various size, farms, and logistics providers. All are linked to IT system to improve operating process and planning for better use and less loss of resources.

This is a basic platform which is ready to expand

to any business pattern as one wishes. After 3 years of establishment, they have clients in manufacturing and animal farming which demand better efficiencies, more linking data that can drive their business in a very fast pace.

**“There are 142,000 factories in Thailand, but only 3% are willing to connect with Industrial Internet of Things (IIoT). That’s why we’ll make it.”**

## COMPUTER VISION SOFTWARE WHO USE MACHINE LEARNING RELATE TO IMAGE PROCESSING IN PERSONALIZED IDENTIFICATION BOTH MARKETING AND SECURITY

24 July 2019

14:30 – 14:45

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**นวัฒน์ อรรถานุกุล**

**เจ้าของผลงาน DeepEye**

Nawarat Auttanugune, Deep Eyes



DeepEyes คือ ระบบปัญญาประดิษฐ์เพื่องานเฝ้าระวัง เหตุจากกล้องวงจรปิดแบบทันที (Realtime) สามารถแจ้งเตือนเมื่อพบเหตุได้ทันทีผ่านระบบ cloud ของ DeepEyes มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยรักษาความปลอดภัย ไม่ต้องทนกับเหตุผลกล้องไม่ชัด หรือการส่งต่อภาพบุคคลที่ควรระวังเป็นไปอย่างล่าช้า

DeepEyes มีฟังก์ชันที่สำคัญ ได้แก่ 1. ระบบจดจำใบหน้า เพื่อการตรวจสอบ back list/white list ว่าบุคคลใดห้ามเข้าในสถานที่นี้บ้างอย่างทันที 2. ระบบตรวจจับจำนวนบุคคลและยานพาหนะเพื่องานเฝ้าระวัง 3. ระบบคุ้มกันพื้นที่หวงห้าม แจ้งเตือนเมื่อมีผู้บุกรุก 4. ระบบแปลงภาพอักษรเป็นข้อความ (Optical Character Recognition: OCR) และ 5. ระบบปรับปรุงคุณภาพของภาพจากกล้องวงจรปิด Super Resolution

ปัจจุบัน DeepEyes ให้บริการเชิงพาณิชย์แบบ B2B ในภาคอุตสาหกรรมโทรคมนาคม เพื่องานตรวจสอบอัตลักษณ์จากใบหน้าก่อนการทำธุรกรรมทางการเงิน ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ รวมถึงอยู่ระหว่างทดสอบการใช้งานรักษาความปลอดภัยของปั้มน้ำมันที่จะติดตั้งทั่วประเทศกว่า 500 สถานี

**“เรามีเทคโนโลยีที่ดีกว่า VCR ให้ความรวดเร็วกว่าแรงงานมนุษย์ แต่กลับมีราคาถูกกว่าซอฟต์แวร์อื่นในท้องตลาด”**



DeepEyes is artificial intelligence system used in real time close-circuit camera surveillance system. It is capable of alerting the event via DeepEyes' cloud system, which aims to improve security without suffering blur images or delayed notification of any possible threat.

DeepEyes features key functions including:

- 1) Facial Recognition system to compare with its blacklist or whitelist of people entering the premise simultaneously
- 2) Personnel monitoring and vehicle counting system for surveillance
- 3) Restrict area protection system with trespassing alert notification
- 4) Optical Character Recognition – OCR
- 5) Resolution improvement system for close-circuit camera system or Super Resolution.

Now DeepEyes already offers commercial services

to other business in telecommunication industry, like facial recognition and verification before financial transaction at national service level. The system is also now tested for security of over 500 patrol stations nationwide.

**“We provide a better technology than normal VCR in the market which works faster than human and is cheaper in the market software”**



## HOW BIG DATA HELPS TO CREATE THE RESTAURANT OF THE FUTURE

24 July 2019

14:45 – 15:00

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**ดร. ชนิกันต์ ว่องวิริยะวงศ์**

**ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร EatLab**

Dr. Chanikarn Wongviriyawong

Founder & CEO, EatLab



EatLab ไม่ได้เป็นเพียงสตาร์ทอัพที่ใช้ข้อมูล (Data) ในร้านอาหารเพื่อบอกว่า ยอดขายมีจำนวนเท่าใด หรือเมนูใดขายดีเท่านั้น หากแต่พวกเขาใช้แพลตฟอร์มปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) และเทคโนโลยี Blockchain รวมทั้งการจับเก็บข้อมูลปริมาณมาก (Big Data) ในการหาข้อมูลที่แท้จริงของลูกค้า (Customer Insights) เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริง

เมื่อการประเมินความพึงพอใจในแบบเดิมๆ ที่เป็นการสำรวจไม่มีความแม่นยำ การใช้ AI เพื่อช่วยประมวลผลข้อมูลสามารถให้ความแม่นยำกว่า ช่วยให้ผู้ถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจ สามารถคาดการณ์ยอดขายของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไปจนถึงการปรับปรุงสูตรของอาหารและเครื่องดื่ม

EatLab มีฐานข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคที่มากที่สุดในประเทศไทย และมีซอฟต์แวร์ AI ที่เป็นลิขสิทธิ์ของตัวเอง

โดยที่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยวิเคราะห์และคาดการณ์ถึงแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต (Consumer Journey) ซึ่งเป็นหนึ่งในการวางแผนขั้นต่อไปของธุรกิจ และสำหรับ EatLab ภายหลังใช้ AI ให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ และในช่วง 5 เดือนที่ผ่านมาสามารถสร้างรายได้สูงกว่าเมื่อหลายเดือนก่อน และพบว่าข้อมูลที่ได้จากปัญญาประดิษฐ์แม่นยำกว่าคนถึง 95%

**“AI เข้ามาช่วยสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภค และนำข้อมูลต่าง ๆ ไปวิเคราะห์และคาดการณ์”**



EatLab is a data startup company that does not only use data from restaurants to indicate general sales and the formation about items that are selling well, but it also employs artificial intelligence and blockchain technology as well as big data technology to create a genuine customer insight to realize actual behaviors.

Compared to a traditional satisfaction survey is inaccurate, AI powered system can process data with more precision, and reveal more behaviors and satisfaction, and thus predict more precise sale. This also helps improve recipes of foods and beverages.

EatLab has the biggest consumer database in Thailand, and its own patented AI. This information can help analyze and predict future consumer behaviors

or 'Consumer Journey'. This is EatLab's next step for business planning. For EatLab, after employing AI as a part of business operation, in the past 5 months, it helped raise revenue and showed AI produces more accurate information than human by 95%.

**“AI helps observe customer behavior and collected the data which are used for analysis and prediction”**

## NO MORE QUEUE LINES

24 July 2019

15:00 – 15:15

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**สิทธิกิตต์ รวีวีระวรรณ**

**ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์และการตลาด  
บริษัท คิวคิว (ประเทศไทย) จำกัด**

Sitthikit Raviveravan

PR & Marketing Director, QueQ



จะดีแค่ไหน ถ้าเราไม่ต้องเสียเวลาไปกับการยืนต่อแถว  
เข้าคิวรอร้านอาหาร

ความต้องการง่าย ๆ เช่นนี้นำมาสู่การเกิดขึ้นของ QueQ  
ซึ่งให้บริการจองคิวร้านอาหารต่าง ๆ ได้ภายในรัศมี 2 กิโลเมตร  
ทำให้ผู้ใช้ทราบได้ว่าคิวที่ตนเองจองไว้จะถึงเวลาไหน พร้อมทั้ง  
ทราบจำนวนคิว และเมื่อใกล้ถึงคิวยังมีระบบแจ้งเตือน ทำให้  
ผู้ใช้บริการไม่โดนลัดคิวและไม่ต้องเสียเวลายืนรอนานอีกด้วย

จุดเด่นของ QueQ คือเป็นรูปแบบบริการที่ช่วยขยาย  
เวลาของร้านอาหารให้ยาวนานขึ้น เปิดช่องให้ร้านดังต่าง ๆ  
รองรับลูกค้าต่อวันได้มากขึ้น ไม่เสียลูกค้าที่ท้อรอไม่ไหวให้กับ  
ร้านคู่แข่งอื่น ทั้งยังช่วยลดระยะเวลาการรอ การสิ้นเปลือง  
กระดาษและการจ้างพนักงาน พร้อมกับช่วยโฆษณาโดย  
ไม่ต้องพึ่งแพลตฟอร์มโฆษณาอื่น และไม่เฉพาะแต่ใน  
ประเทศไทยเท่านั้น QueQ ยังได้รับความนิยมไปไกลถึง  
ต่างประเทศ เช่น มาเลเซียและสิงคโปร์อีกด้วย

“ร้านอาหารที่ให้ประสบการณ์ใหม่กับลูกค้า  
ลดการใช้กระดาษ ส่งเสริมเศรษฐกิจที่ปราศจาก  
เงินสด และลดการใช้พนักงานที่มากเกินไป”



How good would it be if we do not have to queue up for places in a restaurant?

This simple demand leads to the creation of QueQ, a queuing service for a two-kilometer radius. The service will notify users of their own queue, and inform its due time, and a number of queues before. The system will then notify users when their queues are about to due, so they do not have to stand there and wait in person.

The strength of QueQ is to offer a service to expand sale time of a restaurant, allowing a premise to take more customers for each session without losing customers to other rival places. This helps cut down waiting time, paper waste, and unnecessary positions. Also, it helps promote the business without using other platforms.

Not only is this service popular in Thailand, but also in other countries such as Malaysia and Singapore.

**“A restaurant that offers new experiences to customer, cutting down paper waste, promoting cashless economy, and reducing unnecessary employees.”**

## SOFTWARE ROBOTS THAT WRITE CODE ALONGSIDE YOUR HUMAN TEAM

24 July 2019

15:15 – 15:30

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**ดร. เอบัน เอสคอร์ต**

**ผู้ร่วมก่อตั้ง Codebots**

Dr. Eban Escott

Co-Founder, Codebots



การเขียนโค้ดเพื่อพัฒนาซอฟต์แวร์ในกระบวนการทำงาน เป็นเรื่องพื้นฐานที่ทุกธุรกิจดิจิทัลกำลังเผชิญอยู่

Codebots เป็นหุ่นยนต์ซอฟต์แวร์ที่สามารถเขียนโค้ดของแอปพลิเคชันได้มากกว่า 90% สามารถทำงานตามคำสั่งร่วมกับมนุษย์ได้ดี ขณะเดียวกันก็มีความสร้างสรรค์และแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้ และผลสำรวจพบว่าการมี Codebots ช่วยประหยัดเวลาในการทำงานได้ถึง 8.3 เท่า

Codebots มีความพิเศษคือการลอกเลียนพฤติกรรมของมนุษย์ ทำให้การทำงานในแต่ละครั้งมีความแตกต่างกัน ผู้ใช้สามารถตั้งค่าและเลือกการทำงานที่เหมาะสมของตัวเอง เพื่อให้มันเป็นแพลตฟอร์มที่ช่วยให้คุณวางแผน สร้าง ทดสอบ และเปิดตัวแอปพลิเคชันระดับองค์กรให้มีความทันสมัยมีความคล่องตัวทางธุรกิจ

“ เพิ่มขีดความสามารถของทีมในการแก้ปัญหาความท้าทายที่ซับซ้อนและสร้างสรรค์ของการเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัล ”



Codebots is a software robot that can write codes of applications for more 90% and can work jointly with human. Also, it has creativity and is capable of solving complex problems. The survey shows that Codebots can help save working time about 8.3 folds.

A special function of Codebots is that it can mimic human behavior, so it can work differently in each time. Users can adjust settings and choose working mode to suit individual needs. This is a platform that helps you plan, create, test, and launch your application of corporate quality with latest functions and high business flexibility.

**“It increases team capability in solving complex and creative challenges of the current digital transformation.”**

## IOT HARDWARE AND SOFTWARE INTEGRATED IN INDUSTRIES

24 July 2019

15:30 – 15:45

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**ไมค์ ริชาร์ดสัน**

**กรรมการผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญด้านโฟโตนิกส์และ  
นักวิจัย กิตติมศักดิ์ Fraunhofer IZM**

Mike Richardson

Managing Director, Photonic Insights and Guest  
Researcher at Fraunhofer IZM



IoT (Internet of Things) และ AI (Artificial Intelligence) สองสิ่งนี้คือสิ่งสำคัญในโลกอุตสาหกรรม 4.0 เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้สิ่งรอบตัวสามารถทำงานเชื่อมต่อกันได้และยังทำงานได้อย่างชาญฉลาด

IoT และ AI จะมีการทำงานร่วมกัน แต่ทั้งสองอย่างทำงานต่างกัน แต่เมื่อนำเทคโนโลยีทั้งสองมารวมกันแล้วจะทำให้อุปกรณ์มีความฉลาดอย่างสมบูรณ์แบบ เพราะนอกจากจะทำงานตามความต้องการแล้ว ยังสามารถเรียนรู้และวิเคราะห์ได้อีกด้วย เช่นเดียวกัน อุปกรณ์ IoT ที่ทำงานผสมกันเชื่อมต่อกัน มีเซนเซอร์รับข้อมูลในด้านต่าง ๆ โดยมี AI เป็นผู้ประเมินผล และยังเก็บข้อมูลได้มากขึ้นเท่าใด AI ก็จะสามารถพยากรณ์พฤติกรรมได้แม่นยำมากขึ้นตามไปด้วย

“AI ช่วยจัดการเซ็นเซอร์ ช่วยควบคุมการทำงาน ช่วยจัดการข้อมูล เป็นผู้ส่งข้อมูลเชิงลึกให้กับผู้ใช้ และทั้งหมดนี้อธิบายได้ว่า AI เป็นผู้ตัดสินใจนั่นเอง”



IoT (Internet of Things) and AI (Artificial Intelligence) are two key features in Industry 4.0, and important driving forces of things surrounding us to connect and work together smartly.

IoT and AI can surely work together but both actually work differently. When combined, these will make smart devices work perfectly because they can work on demand, and they can also learn and analyze at the same time. IoT can work on different but connecting tasks with various sensors with AI to assess information. The more data are collected, the more precise the prediction will be.

“AI manages the sensors, controls the actuators, gathers data, and delivers insight. AI is the decision maker.”



## CASE STUDY OF ROBO-ADVISOR PLATFORM

24 July 2019

15:45 – 16:00

The Knowledge Exchange (KX)

Speaker

**นิรันดร์ ประวิทย์ธนา**

**ประธานบริหารบริษัท เอวา แอดไวซอรี จำกัด**

Niran Pravithana

CEO, AVA Advisory



Avalant คือเทคโนโลยีหุ่นยนต์มาใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าที่เป็นนักลงทุน ช่วยให้การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดเลือกหุ้นที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา ขณะเดียวกันก็สามารถแยกหมวดหมู่นักลงทุนตามพฤติกรรมการลงทุนได้ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนระยะยาวหรือนักลงทุนระยะสั้น และเมื่อพฤติกรรมนักลงทุนเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ Robo- advisor นี้ก็สามารถที่จะเรียนรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตาม

นอกจากจะมีข้อมูลหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้ว Avalant ยังยกระดับข้อมูลด้วยการศึกษาในตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกงและตลาดหลักทรัพย์จีน ทำให้เป็นแพลตฟอร์มที่มีข้อมูลหุ้นจำนวนมาก และข้อมูลที่มากขึ้นนี้ส่งผลต่อการวิจัยและวิเคราะห์ที่แม่นยำขึ้น สร้างแนวคิดการลงทุนที่ทันสมัยในการลงทุนอยู่เสมอ สามารถวิเคราะห์

ข้อมูลทางเศรษฐกิจและข้อมูลทางการเงินในอดีต เข้าใจการเคลื่อนไหวราคา การนำกระแสที่อยู่บนสื่อโซเชียลเข้ามาร่วมวิเคราะห์ และสามารถใช้งานได้ง่ายขึ้นด้วยการใช้เสียงภาษาไทยควบคุมการทำงาน

**“Avalant จะศึกษาพฤติกรรมของนักลงทุนและจำแนกพวกเขาออกเป็นแต่ละกลุ่มตามสไตล์การลงทุน”**



Avalant is robot technology used to manage investor customers helping them with more efficient investment. It can analyze market trends and choose the right stocks at a particular time. Meanwhile it can also classify investors according to their types whether they are long-term or short-term. When behavior of investors changes, robo-advisor changes as they learn and adjust accordingly.

In addition to information of SET, Avalant is equipped with Hong Kong and China stock market information enabling this platform to be loaded with massive stock information. With this volume of information, it makes analysis and prediction more precise, and creates ever fresh and up-to-date investing ideas. It can also

analyze economic and financial data in the past and understand price movement. Moreover, it can bring the social media trends into use for analysis and is easy to use with Thai language voice control.

**“Avalant will be studying investor behavior and classifying them into segments depending on their investing style.”**

## TECHNOLOGY COMMERCIALIZATION PANEL

24 July 2019

16:00 – 16:45

The Knowledge Exchange (KX)

### Speakers

#### • เกิด กระทบ

หุ้นส่วนบริษัท ครีเอทีฟเวนเจอร์ จำกัด

#### • ดร. สารินทร์ ภูมิรัตน

ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม EpiBone

#### • รศ. ดร. ดวงหทัย เพ็ญตระกูล

ผู้อำนวยการสถาบันทรัพยากรสุขภาพปัญญา

แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

• Ted Thirapatana, Partner,  
Creative Ventures

• Dr. Sarindr Bhumiratana,  
Chief Scientist, Epibone, Inc.

• Assoc. Prof. Dr. Duanghatai Pentrakul,  
Director of TTO, Chulalongkorn University

### Moderators

#### • ดร. เพ็ญเพ็ญ วงศ์ภาพรรณ

ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ

Knowledge Exchange

#### • ดร. uw. ปราโมทย์ หอเจริญ

ผู้บริหารบริษัท Nirva Medical

• Dr. Piengpen Wongnapapan,  
COO, Knowledge Exchange

• Dr. Pramote Horcharoen,  
CTO, NirvaMed, Inc.

เวลาพูดถึง Deep Tech สิ่งที่คุณคิดถึงคือผลวิจัยที่จะตอบให้ได้ว่าเทคโนโลยีที่คิดค้นมาได้นั้นจะช่วยแก้ปัญหาที่มีอยู่อย่างไร

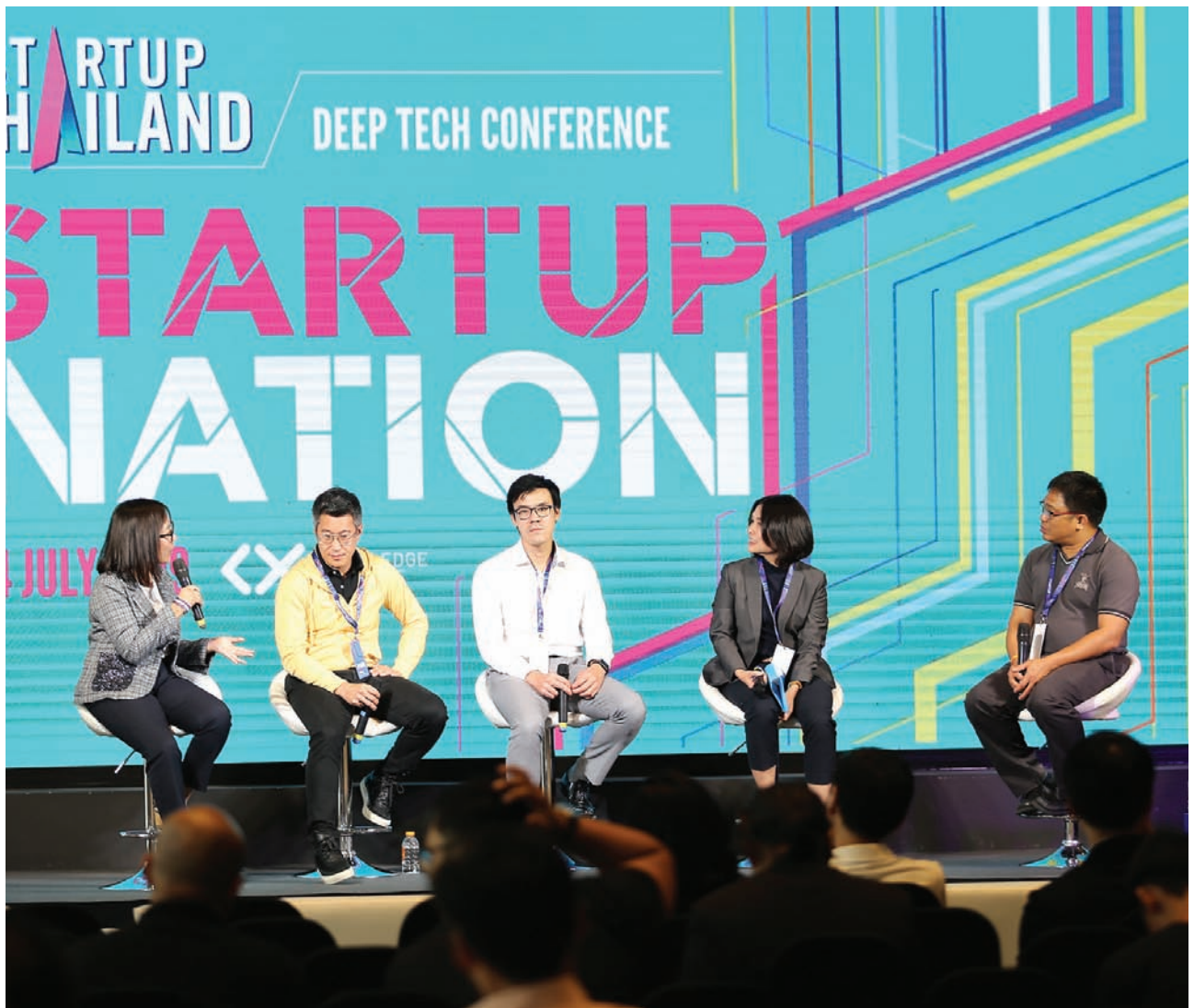
เช่นเดียวกับในมุมมองของนักลงทุนส่วนใหญ่ มักมองหาธุรกิจที่มีความน่าสนใจ มีศักยภาพในการแข่งขัน มีความเสี่ยงในการทำธุรกิจน้อย ผลตอบแทนสูง และที่สำคัญคือมันสามารถจะสร้างผลกระทบต่อให้กับผู้คน ช่วยพัฒนาชีวิตให้ดีขึ้นอย่างไร

สิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับการพิสูจน์ผ่านการทดลอง ไม่ได้มีอะไรมาการันตีได้ว่าสิ่งเหล่านั้นจะได้ผลในโลกของการค้าสตาร์ทอัพคุณควรต้องเข้าใจลึก ๆ ว่านักลงทุนต้องการอะไร และพวกเขาหวังอะไรในตัวสตาร์ทอัพ สิ่งนี้จะช่วยให้มีเกราะป้องกันและเพิ่มโอกาสในการระดมทุนให้ประสบความสำเร็จได้อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญคือการลงมือทำให้เป็นจริง

ไม่ว่าจะเริ่มต้นที่ขนาดเล็กหรือใหญ่และต้องสร้างชุมชนของตัวเองขึ้นมา ไม่ใช่เพื่อการแข่งขัน แต่เป็นการสนับสนุนซึ่งกันและกัน เดินไปข้างหน้าพร้อมกัน และร่วมกันเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

“สิ่งต่างๆ ที่ได้รับการพิสูจน์ผ่านแอปก็ไม่ได้มีอะไรมาการันตีได้ว่าสิ่งเหล่านั้นจะเวิร์คในโลกของการค้า”

รศ. ดร. ดวงหทัย เพ็ญตระกูล  
ผู้อำนวยการสถาบันทรัพยากรสุขภาพปัญญา  
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



When discussing ‘Deep Tech’, a concern is the research outcome, which must answer the question of how such technology can solve the existing problem.

This is similar to investor’s perspective as most look for interesting businesses with strong competitive potentials, low risks, high profit, and importantly, a positive impact on people, and life improvement capability.

Everything that is proved and tested is never ensured to be successful in the market. Startups must understand what investors actually want, and what they expect from startups. This will help protect and increase opportunities to be successful in fundraising.

However, the most important thing is the execution

into reality. It does not matter how small or big when the business starts but it is vital to create your own community, not for competition, but for support, for progressing together, and changing society for better.

**“There is no guarantee that the proven ideas from the lab will work in the commercialization”**

Assoc. Prof. Dr. Duanghatai Pentrakul, Director of TTO, Chulalongkorn University

---

# **MAR TECH CONFERENCES**

26-27 July 19

---

---

3.2

# CONFERENCES

---

## OPENING MAR TECH SESSION

26 July 2019

10:00 – 10:20

TCDC

Speakers

- **ดร. กริชพกา บุญเฟื่อง รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรมสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ**
- **มนกัณิ ยงวิกุล หัวหน้าฝ่ายสื่อสารและการตลาดวิชาการแทนในตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายนวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม**
- **พงศ์สิริ เทรตระกูล ผู้บริหาร Nylon Thailand**
- **ปิยะพงษ์ หมื่นประเสริฐดี ผู้ร่วมก่อตั้งและกรรมการบริษัท ฟังใจ จำกัด**
- **ณัฐพงษ์ เต็มศิริพงศ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท ดิจิทัล โซลูชัน อินเตอร์เนชันแนล จำกัด**
- **ปิยนันต์ ชวเลขยางกูร Video Streaming Specialist บริษัท ไทยไลฟ์ สตรีม จำกัด**

- Dr. Krithpaka Boonfueng, Deputy Executive Director on Innovation System, National Innovation Agency
- Montinee Yongvikul, Head of Communication and Marketing, Acting Head of Innovation for Business and Society.
- Pongsiri Hetrakul, Executive, Nylon Thailand
- Piyapong Muenprasertdee, Co-Founder and Director, Fungjai Company Limited
- Nuthapong Tamsiripong, Managing Director, Digital Solution International Company Limited
- Piyanant Chawalekyangkul, Video Streaming Specialist, Thai Live Stream Company Limited

MAR Tech หมายถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับดนตรี (Music) ศิลปะ (Art) และนันทนาการ (Recreation) ซึ่งมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าอุตสาหกรรมด้านอื่น ๆ ทิศทางของกลุ่มธุรกิจนี้มีขนาดใหญ่ เป็นกลุ่มที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และใช้นวัตกรรมสูง ในเวทีโลก อุตสาหกรรมนี้มีความโดดเด่นอย่างมาก มีการใช้เทคโนโลยีรูปแบบใหม่ ๆ ในการสื่อสาร การทำเพลง หรือทำ content ที่มีความหลากหลาย ธุรกิจ MAR Tech ยังก่อให้เกิดการสร้างงานต่อยอดและกระบวนการสร้างสรรค์อื่น ๆ เป็นห่วงโซ่ตามมา การสนับสนุนกลุ่ม MAR Tech โดยเปลี่ยน User ให้เป็น Producer จะช่วยกระตุ้นการสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อีกหลายทาง

การพัฒนาอุตสาหกรรมด้านความคิดสร้างสรรค์ควรจะพัฒนาไปพร้อมกัน ควรสร้างระบบนิเวศที่มีภาพรวมของวัฒนธรรมชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีเพื่อให้คนไทยและต่างชาติได้รับรู้ถึงศักยภาพในการเจริญเติบโตต่อไป และช่วยกระตุ้นให้สตาร์ทอัพมองเห็นโอกาสและภาพในอนาคตว่าจะดำเนินไปอย่างไร

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้าน Digital Media มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด อุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ถูกแก้ไขไปมากขึ้น

โอกาสที่เราจะเผยแพร่ผลงานออกไปในหลาย ๆ แพลตฟอร์ม จึงสะดวกรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ ชื่อเสียงและความน่าสนใจของ MAR ในประเทศไทยนั้นมีมากเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แต่สามสิ่งที่จะช่วยส่งเสริม MAR Tech ให้เติบโตได้คือ หนึ่ง การเพิ่มมูลค่า สอง การเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ผลงาน และ สาม การเปิดโอกาสให้มีพื้นที่ในการแสดงผลงานหรือพบปะกับนักลงทุน

**“จากฐานข้อมูลสตาร์ทอัพทั้งหมดที่มีอยู่ ประมาณสองพันกว่าราย มีสตาร์ทอัพที่เกี่ยวข้องกับ Mar Tech เพียง 15 บริษัทเท่านั้น แสดงว่ามียังมีพื้นที่อีกเยอะที่จะให้น้อง ๆ สตาร์ทอัพคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในเรื่องของ Art, Music, Recreation ทำให้มันเป็นนวัตกรรมกลายเป็นสิ่งที่สร้างธุรกิจใหม่ ๆ ขึ้นมาได้”**

ดร. กริชพกา บุญเฟื่อง  
รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรม  
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ



MAR Tech refers to technology and innovation related to music, art, and recreation, which are as important an industry as other industries. The direction of this industry is massive, and requires high creativity and innovation. At a global stage, this industry has been outstanding with new formats of technology in communicating and producing diverse music and content. MAR Tech also creates jobs, as well as expands and promotes other creative processes. To support MAR Tech by transforming users into producers can generate income for the country.

In the meantime, creative industry should be developed. The clear ecosystem with a clear overall culture of the industry should be established with a good public promotion for Thais and international entities to be aware of the growth potentials. This should encourage startups to see opportunities and future possibility for operations.

Now digital media technology has experienced a leaping growth with many problems having been solved.

There are more chances for us to have our works shown in wider circles with various platforms, so it is faster and more convenient. Furthermore, reputation and appeals of MAR are already good in Thailand, but three main factors including value adding, channel increase and networking space for expressing, and meeting investors will contribute to the growth of MAR Tech even more.

**“From our startup database of 2,000 startup companies, there are only 15 MAR Tech companies. It demonstrates that there are more space for new generation who are enthusiastic about art, music, and recreation, and make innovation into new business.”**

Dr. Krithpaka Boongfueng,  
Deputy Executive Director on Innovation System,  
National Innovation Agency



# สิบเพลงไทยที่เปลี่ยนอุตสาหกรรมดนตรีไทยไปตลอดกาล / 10 THAI SONGS THAT FOREVER CHANGE THAI MUSIC INDUSTRY

26 July 2019

10:00 – 10:45

TCDC

Speakers

• **จักรพันธ์ ขวัญมงคล**

นักเขียน นักวิจารณ์ดนตรี และบรรณาธิการ

• **อาทิตย์ พรหมประสิทธิ์**

ดีเจ (Fat Radio, Cat Radio)

• **อนุชา นาคน้อย**

เจ้าของร้านน้องท่าพระจันทร์

• Chakkraphan Kwanmongkol, Writer, Music Critic and Editor

• Arthit Promprasit, DJ Sonny (Fat Radio, Cat Radio)

• Anucha Naknoi, Owner: Nong Taprachan Music Store

สิบเพลงไทยจากสิบศิลปินเหล่านี้คือหมุดหมายสำคัญของธุรกิจเพลงไทยร่วมสมัย ว่ามีนวัตกรรมและเทคโนโลยีอะไรเกิดขึ้นบ้างในช่วงเวลาต่าง ๆ จากอดีตถึงปัจจุบัน และมันได้ขับเคลื่อนหรือพลิกโฉมการทำธุรกิจดนตรีในประเทศไทยไปอย่างไร

## 1. เพลงผมไม่วุ่น - The Impossible

เป็น 'วงสตรีง' ที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตก ดนตรีทันสมัยฉีกจากเพลงในยุคก่อน รวมทั้งหน้าตาท่าทางการแต่งตัวที่โดดเด่น เข้าถึงง่าย มีการทัวร์คอนเสิร์ต มีการเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ มีการนำเพลงไปใช้ในภาพยนตร์ จึงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางและเป็นจุดที่วงการเพลงไทยเริ่มต้นตัวด้านธุรกิจขึ้นมา

## 2. เพลงเมดอินไทยแลนด์ - คาราบาว

ผลงานอัลบั้มชุดที่ 5 ของคาราบาว ประสบความสำเร็จด้วยเนื้อหาและดนตรีที่โดนใจคนไทย ภาครัฐนำเพลงไปใช้ในแคมเปญเกี่ยวกับส่งเสริมวัฒนธรรมไทย เกิดการเผยแพร่ทางสื่อวิทยุแทบทุกช่อง มีการทำดนตรีเป็นอัลบั้ม มีสปอนเซอร์ มีการผูกพันกับสินค้ามากขึ้น และยอดขายกว่าสามล้านฉบับ ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มมองเห็นฐานคนซื้อ

## 3. เพลงสมปองน้องสมชาย - เรวัต พุทธินันท์

เป็นเพลงที่ออกกับค่ายแกรมมี่ซึ่งเริ่มมีการสร้าง Record

Label ที่สมบูรณ์แบบด้วยระบบที่มาจากต่างประเทศ มีเพลงเป็นสินค้า และโมเดลธุรกิจเกิดจาก 3 องค์ประกอบหลักร่วมกัน คือ ฝ่ายสร้างสรรค์ ฝ่ายการตลาด และฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นยุคของการเกิดธุรกิจค่ายเพลงขนาดใหญ่ เช่น แกรมมี่ อาร์เอส และซีตา

## 4. เพลงบุษบา - โมเดิร์นด็อก

เพลงของโมเดิร์นด็อกเปิดตัวด้วยความต่างจากเพลงของค่ายใหญ่ ทั้งชาวนัดดนตรีล้ำสมัย การทำดนตรีเอง เล่นดนตรีเอง ไม่ได้ขายรูปลักษณ์ และสังกัดค่ายเพลงเล็กเกิดใหม่ คือ เบเกอรี่มิวสิค ซึ่งพลิกโฉมรูปแบบการตลาดไปอย่างสิ้นเชิง โดยบุกตลาดคนรุ่นใหม่ ใช้เพลงและศิลปินที่มีความสามารถจริง ๆ เป็นตัวนำ เน้นการเข้าถึงได้ง่าย เป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดค่ายเพลงอินดี้อีกมากมาย และส่งผลคนค่ายเพลงใหญ่ ๆ ให้ปรับตัว เป็นยุคแรกที่ตลาดเพลงเมืองไทยมีการแบ่ง segment เป็นเรื่องเป็นราว

## 5. เพลงไม่ไปพันทิป - LOSO

เป็นเพลงที่สะท้อนความเข้าใจในยุคของเทปซีดีเถื่อน อันเป็นผลจากเทคโนโลยีการบีบอัดไฟล์เป็น MP3 ส่งผลให้ mindset ของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทำลายภาพรวมของธุรกิจเพลง เพราะคนไม่เห็นคุณค่าของการซื้อซีดีลิขสิทธิ์ ห้างพันทิปนั้นขึ้นชื่อเรื่องเป็นศูนย์กลางของตลาดก๊อปปี้นั้น



6. เพลงทุกอย่าง - Scrubb

เป็นหนึ่งในวงดนตรีที่แจ้งเกิดจากคลื่นวิทยุ Fat Radio ซึ่งเน้นเปิดเพลงจากวงดนตรีทางเลือก และจัดเทศกาลดนตรี Fat Festival เพื่อให้ศิลปินได้พบกับแฟนเพลงโดยตรง เป็นจุดเปลี่ยนในการสร้างรายได้จากการเล่นดนตรีสด การขายสินค้า (merchandise) และขายแผ่นซีดีที่เป็น Limited Edition ทำให้เพลงกลับมามีคุณค่า ลดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์

7. เพลง IF (ตุ้ ภพธร) - Room39

วง Room39 แจ้งเกิดจากการ cover เพลงของศิลปินคนอื่นโดยเผยแพร่ผ่านทาง Youtube ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ทุกคนสามารถเป็น creator ได้โดยไม่ต้องมีเงื่อนไขมากมาย จนทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า 'ศิลปิน Youtube' ขึ้นมา เป็นยุคที่การนิยามความสำเร็จของคนทำเพลงเปลี่ยนจากคำว่า 'ยอดขายล้านตลับ' หรือ 'ล้านแผ่น' เป็น 'ล้านวิว'

8. เพลงก่อนฤดูฝน - The Toys

The Toys แจ้งเกิดจากการเป็น Streaming Star ในยุคที่คนนิยมฟังเพลงแบบ Streaming คือฟังผ่านเว็บโดยไม่ต้องดาวน์โหลด เทคโนโลยี Streaming มี AI ที่สำรวจและจดจำพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงของผู้บริโภคไว้ด้วย จึงยิ่งส่งให้คนเข้ามาเจอเพลงง่ายขึ้นไปอีก เพลงของ The Toys ทำให้เกิดปรากฏการณ์การจองซีดีอย่างล้นหลามหลังจากปล่อย

เพลงให้ Streaming ฟังจนเป็นที่รู้จัก

9. เพลงเลิกคุยทั้งอำเภอเพื่อเธอคนเดียว - ลิลลี่ ใต้หมอก ถ้าสดชื่น

เป็นเพลงที่สะท้อนปรากฏการณ์เพลงฮิตที่มาจากภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศ กรุงเทพฯ ไม่ได้เป็นศูนย์กลางเหมือนเช่นเคย ทุกคนเข้าถึงและเป็น creator ได้จากทุกที่ โดยไม่ต้องมี big production หรือขั้นตอนยุ่งยาก

10. เพลงคุกกี้เสียงทนาย - BNK48

BNK48 คือธุรกิจเพลงแบบ Idol Model ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเพลงหรือความสามารถทางดนตรีเป็นอันดับหนึ่ง แต่คือการขายเรื่องราวที่อยู่รอบ ๆ โดยใช้สื่อและเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันได้อย่างคุ้มค่า เกิดช่องทางสร้างรายได้ตามมามากมาย และเกิดสิ่งที่เรียกว่า 'ความผูกพัน' ระหว่างตัวไอ돌อกับแฟนเพลงอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน

“วงการเพลงในอดีตนั้น วัฏกรรมไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้น...มันเกิดขึ้นและมันมี dynamic ตลอดเวลา”

จักรพันธ์ ขวัญมงคล  
นักเขียน นักวิจารณ์ดนตรี และบรรณาธิการ



10 Thai songs from these artists have been key milestones for contemporary Thai music industry as they demonstrate the happenings, innovations, and technology of their periods, from past to present, and they have driven or transform Thailand’s music industry to its current phase.

1. “Phom Mai Woon” - The Impossibles

The Impossibles is a ‘String’ band or a musical band of western influence which was avantgarde producing new music of that period. The band offered new style from their looks and dresses, and more accessibility with tour concerts, radio air play promotion. Their music was included in many movies. Their popularity reached far and wide, and they are an origin of contemporary Thai music business.

2. “Made in Thailand” - Carabao

“Made in Thailand” is the fifth album of Carabao which was highly successful for its content and music styles that reach Thais. The song had been used by Thai government in many Thai cultural promotion campaigns broadcast in all radio stations. The music production was in full album, with official sponsors and product tie-in. With its over 3 million copy sales, businesses started to see the consumer base.

3. “Sompong Nong Somchai” - Rewat Puttinan

The song was launched at the same time with Grammy Company, which is considered a complete record label similar to music label business model abroad, with a song as merchandise. The business model was based on 3 main components: creativity, marketing, and public relation. It was a time of big music labels like Grammy, RS, and Kita.

4. “Bussaba” - Modern Dog

Modern Dog’s music was launched a lot differently from those big labels with new cool sound, homemade music production, live recording, moving away from selling looks, and it was launched by small new music label, that is, Bakery Music. It completely changed music marketing by targeting a new generation with genuine music and talented artists as core product. Their music was more accessible and led to more new indie music labels. This shook big labels to adapt. It was also the first time that Thai music market seemed to have a serious segmentation.

5. “Mai Pan Pantip” - LOSO

It is a song reflecting the distress of artists during pirate CD period, due to the occurring file compression technology like MP3. This had an impact on consumers’ mindset, and overall destroyed music business because people did not value the purchase of copyright music.



Pantip was well known as a center of pirate MP3 CDs.

6. “Thook Yang” - Scrubb

Scrubb was one of the bands becoming popular from Fat Radio station which mainly aired alternative music, and held annual Fat Festival to allow artists to meet their fans directly. This is a turning point of generating income from live performances, limited edition merchandise and CD direct sale. This has brought value back to music, and in itself reduced copyright infringement.

7. “If” (Two Popetorn) - Room 39

Room 39 was first known and popular by covering other artists’ tunes via YouTube, a platform that everyone can be a creator without too much condition. This happens so widely that it created a genre of ‘YouTube artists’. It redefined success from “an artist selling a million of cassettes or CDs”, to “gather a million of views”.

8. “Kon Ruedo Fon” - The Toys

The Toys went to spotlight after being known as a streaming star, in the period that consumers listen to music via streaming service traced by AI that explores and remembers listening behaviors. So more music are catered to the listeners even easier. The Toys created a phenomenon of massive reservation of CD after

streaming his music to be known first.

9. “Lerk Kui Thang Ampher Pue Ther Khon Diew”-

Lily Dai Mod Tha Sod Chuen

This tune reflected the phenomenon of regional hit making it national. Bangkok did not take center stage as usual. Now everyone can access and be a creator from anywhere without a need for big production or complicate process.

10. Koisuru Fortune Cookie - BNK48

BNK48 is a music business using idol model which does not focus solely on songs or music talent, but it tries to sell the surrounding stories by using the current media and technology to the fullest. All leads to new revenue streams, and ultimately creates ‘bonds’ between idols and fans like never before.

**“Music business in the past, innovation did not just happen. It has happened before, and has its own dynamics, all the time”**

Chakkrapan Kwanmongkol  
Writer, Music Critic and Editor

## กว่าจะมาเป็น หนัง ไลอ้อนคิง จากมุมมองของอนิเมเตอร์ไทย A JOURNEY OF A THAI ANIMATOR FOR THE LION KING MOVIE

26 July 2019

10:45 – 11:30

TCDC

Speaker

**เฉลิมพล วัฒนวงศ์ตระกูล**

**อนิเมเตอร์ของ Moving Picture Company, London**

Chalermphol Wattanawongtrakool

Animator, Moving Picture Company, London



เฉลิมพล วัฒนวงศ์ตระกูล คือ 3D animator ชาวไทย ที่ได้เข้าไปทำงานด้าน Visual Effect กับทีมสร้างภาพยนตร์ ฮอลลีวูด ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมาคือ Avengers: Infinity War, Christopher Robin, Maleficent 2 และ The Lion King

เส้นทางอาชีพ animator ของเฉลิมพลเริ่มต้นจากศูนย์ เขาไม่ได้เรียนจบด้าน animation หรือสาขาศิลปะโดยตรง แต่จบด้านฟิสิกส์ประยุกต์ เมื่อค้นพบว่าสนใจงานด้าน animation ในช่วงเป็นนักศึกษา จึงเริ่มเรียนรู้การใช้โปรแกรม เพื่อสร้างงาน animation ด้วยตนเอง เมื่อเรียนจบได้เข้าไปฝึกวิชา animation แบบมืออาชีพกับ The Monk Studios ของสุภณวิชญ์ สมสมาน animator ผู้เคยร่วมงานภาพยนตร์ ระดับฮอลลีวูดอยู่หลายสิบปี รวมถึง วิวรภัทร ชินะนาวิน อีกหนึ่ง animator มากประสบการณ์ (ปัจจุบันเป็น CEO บริษัท RIFF Studio)

ความพยายามและหมั่นเรียนรู้กับมืออาชีพด้าน animation ในเมืองไทยทำให้เฉลิมพลพัฒนาฝีมือของตัวเองจนสามารถขึ้นเป็น director ให้กับหนังสั้น 3D animation เรื่อง 'Bloody Bunny, the first blood (2016)' ต่อมาเขาทำตามความฝัน

ที่จะเป็น animator ในต่างประเทศ พยายามส่งผลงานไปที่บริษัทต่าง ๆ จนมีโอกาสได้ทำงานที่ Polygon Pictures ในประเทศญี่ปุ่น และความมุ่งมั่นก็ทำให้เขาได้ร่วมงานกับทีมงานฮอลลีวูดได้สำเร็จ

การสร้าง Portfolio หรือ Demo Reel เป็นสิ่งที่ส่งตัวเราให้เข้าไปในอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ ได้ เคล็ดลับที่สำคัญคือ การวิเคราะห์และวางแผนให้ดี จะต้องรู้เขารู้เรา รู้ว่าเขาต้องการอะไร เมื่อไหร่ และเรามีอะไร เพราะแต่ละบริษัทมีจุดเด่นต่างกัน ควรปรับ Demo Reel ของเราให้ใกล้เคียงกับสิ่งที่แต่ละแห่งต้องการ โอกาสที่จะถูกเลือกก็จะมากขึ้น

**“ผมอยากเป็น animator คนไทยที่ฝีมือดี ให้ต่างชาติเขาเห็นว่าเราทำได้ และเรามีทีมเก่ง ๆ มากมายที่พร้อมจะรับโอกาสในอนาคตเข้ามาทำงานที่นี้อีก”**



Chalermphol Wattanawongtrakool is a Thai animator who was selected to work in visual effect of many blockbusters Hollywood movie production like Avengers: Infinity War, Christopher Robin, Maleficent 2, and The Lion King.

He started out his career from practically nothing. He did not have a degree in animation or any art field, but applied physics. Then, during his study, he discovered that he liked animation, so he taught himself to use software to create his own animation works. Upon graduation, he worked at and was trained professionally with The Monk Studios of Suponwich Somsaman, who has long worked for many top Hollywood production teams as well as Veerapatra Jinanavin, another well experienced animator (current CEO of RiFf Studio).

The perseverance and close learning with professional animators in Thailand has allowed Chalermphol to develop his skills to direct a short 3D

animation of his own 'Bloody Bunny: The First Blood' (2016). Then he pursued his dream of working as an animator abroad, so he sent out his portfolio to many companies. Eventually Polygon Pictures, Japan, offered him a job. So his determination led him to work with world-class Hollywood productions.

Portfolio or Demo Reel building is our passport to mainstream industry. The important secret is to analyze and plan well. One must know oneself and one's targets - to know what they want, when they want, and what we can offer. Each company has different strength. We need to adjust our own demo reel to match what they are looking for. That will increase our chance to be selected.

**“I always want to be a top Thai animator to demonstrate at the international level that we can do and we have good teams in plenty to accommodate future works.”**

## จาก THE VOICE ถึง THE RAPPER: คนทำทีวีต้องปรับวิธีคิดอย่างไร ในยุคดิจิทัล FROM THE VOICE TO THE RAPPER – HOW TO ADJUST WAY OF THINKING IN THIS DIGITAL AGE

26 July 2019

11:30 – 12:15

TCDC

Speaker

**ณัชพล เรืองรอง**

**ผู้อำนวยการฝ่ายผลิต บริษัท โต๊ะกลมโทรทัศน์ จำกัด**

Nutchapon Ruengrong

Director of Production, Tohgloom



โต๊ะกลมโทรทัศน์ คือทีมงานผลิตรายการโทรทัศน์ ภายใต้เครือ Workpoint Entertainment มีประสบการณ์ทำรายการทีวีประเภทบันเทิงมาตั้งแต่ปี 2547 เป็นผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของรายการ The Voice (Season 1-2) และ The Rapper (Season 1)

บทเรียนจากประสบการณ์โต๊ะกลมโทรทัศน์มี 3 ข้อหลัก คือ 1. ภาพแรก 2. ภาพต่าง 3. ภาพจำ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่อ หรือธุรกิจอื่น ๆ ได้ด้วย ภาพแรก หมายถึง ภาพแรกที่ยากสื่อสารออกไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้คนจดจำเรา ได้ รายการ The Voice สร้างภาพแรก que ทุกคนเห็นและจำได้ คือ รายการที่แก้แอมุมนได้ ส่วน The Rapper ภาพแรกคือ คนดูรู้สึกว่าการนี้มีเรปเปอร์ทั้งวงการมารวมกัน ภาพต่าง คือ การหาความแตกต่างเฉพาะตัว รายการ The Voice มีความต่างคือ คนที่เป็นศิลปินนักร้องไม่จำเป็นต้องหน้าตาดี ส่วน The Rapper ใช้การเรปเป็นจุดต่างจากรายการเพลงอื่น ๆ สุดท้ายคือ ภาพจำ หมายถึงสิ่งที่คนประทับใจและทำให้จดจำรายการได้ เช่น รายการ The Voice คือ โค้ชก้อง ทุกคนดูแล้วมีความสุข เป็นบทเรียนว่าคนดูสามารถจดจำ

เราได้โดยไม่ต้องสร้างดราม่าก็ได้

บทเรียนการปรับตัวในยุคดิจิทัล คือ 1. “Episode 1 มีความสำคัญ” เพราะแพลตฟอร์มออนไลน์ทำให้สามารถดูย้อนหลังได้ ทุกคนจึงเริ่มย้อนดูจาก Episode 1 เสมอ คนจะดูต่อหรือไม่จึงวัดกันตรงนี้ 2. “1 Clip 10 Content” เราสามารถสร้างเนื้อหาได้มากมายจากรายการทีวีเพียง 1 คลิป ผู้ผลิตต้องไล่ตามสิ่งที่คนดูอยากดูให้ทัน แทนที่จะปล่อยรายการยาวเต็มเวลา ก็อาจจะต้องมีคลิปสั้น ๆ มาสอดแทรกเพื่อเจาะกลุ่มคนดูเฉพาะกลุ่มด้วย

“โลกเปลี่ยนเร็วก็จริง แต่มนุษย์ก็ยังเป็นมนุษย์ ยังมีความรู้สึก อารมณ์ สิ่งที่ต้องจำ ภาพแรกสำคัญ ขัน ภาพต่างยากขึ้น แต่ก็ยังมีคนที่สนใจเรื่องแยกย่อยอีกเยอะ”



Tohgloam Television is a television production company, a subsidiary of Workpoint Entertainment. It has strong TV production experience in entertainment since BE 2547 (AD 2004) with top shows like The Voice (Season 1 - 2) and The Rapper (Season 1)

The lessons to share from Tohgloam Television feature three points - 1) First Impression 2) Different Impression and 3) Real Impression. This can apply to other media and businesses. First Impression refers to the first impression or image what we want to send out. It is something for which they will recognize us. The Voice's first impression that people always remember is rotating chair whereas The Rapper has the first impression of rappers cooperating in composing. Different Impression means the search for uniqueness or individuality. The Voice's uniqueness is that singers on the show do not have to be good looking, while The Rapper express rap music as its uniqueness from other music show. The last is Real Impression. It is something that people are impressed and remember the show for such as Coach Kong in The Voice. Everyone enjoy it,

and it is a good lesson that people do remember us even without dramas.

The key lessons in adapting in the digital age include:

1) "Episode 1 is very vital" because online platform allow people to view show later or in retrospect, so everyone will always start their viewing with Episode 1. This is exactly when people will decide whether to keep on watching or not.

2) "1 Clip 10 Content" – we can create a great deal of content from one TV show. The producers must find out and catch up on what people want to see. Instead of a full show in one single clip, probably it has to divide into many short clips inserted to reach more targets.

**"It is true that the world has changed quickly, but humans are still humans. They have feelings, emotions, and memories. The first impression is getting more important. It's harder to differentiate impressions, but there are still many different interests"**



## HOW TECH TRANSFORMS FASHION FROM TEXTILES TO TECHSTYLE

26 July 2019

13:00 – 13:45

TCDC

Speaker

**อเล็กซานเดอร์ โฮ ยัง ชาน**

**ผู้อำนวยการร่วม เดอะ มิลล์ส แฟบริกา**

Alexander Ho Young Chan

Co-Director, The Mills Fabrica



เทคโนโลยีด้านแฟชั่นอาจไม่ได้ทำให้รูปร่างหน้าตาของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเปลี่ยนไปจากในอดีต แต่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหลาย ๆ อย่างในกระบวนการและประสบการณ์ของผู้บริโภค เริ่มจาก การใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยประเด็นนี้ยังเป็นเรื่องสำคัญ เพราะแฟชั่นเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดเป็นอันดับสองของโลก ทั้งในกระบวนการผลิตที่ต้องใช้พื้นที่จำนวนมากในการปลูกฝ้ายเพื่อนำมาทำเป็นเส้นใย การย้อมที่ต้องใช้ทั้งน้ำและสารเคมี และเมื่อเสื้อผ้าเหล่านั้นถูกทิ้งเป็นขยะก็ไม่สามารถย่อยสลายได้ง่าย ดังนั้นในปัจจุบันหลายแบรนด์แฟชั่นจึงให้ความสนใจในเรื่องความยั่งยืน มีการนำเอาขยะเหลือใช้มารีไซเคิลเพื่อใช้เป็นเส้นใยในการทอผ้าและการใช้วัสดุทางเลือกอื่น ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีรีไซเคิลเพื่อนำเอาเสื้อผ้าที่ไม่ใช้งานแล้วมาสร้างเป็นเส้นใยขึ้นมา

นอกจากนั้น เทคโนโลยีด้านแฟชั่นยังสามารถเข้ามาปรับเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้บริโภคให้น่าสนใจขึ้นได้ ซึ่งในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างเรื่องราวของแบรนด์ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและให้ผู้บริโภคสามารถแสดงตัวตนของพวกเขาผ่านการใช้สินค้าของแบรนด์นั้น ๆ ได้ อย่างเช่น Denim Unspun

แบรนด์กางเกงยีนส์ที่ใช้เทคโนโลยี 3D เข้ามาช่วยขึ้นรูปกางเกงยีนส์ให้พอดีกับสัดส่วนของผู้สวมใส่ จากนั้นจึงตัดเย็บออกมาเป็นกางเกงยีนส์ที่พอดีตัว ซึ่งนับเป็นการบริการแบบใหม่ที่น่าประทับใจ ช่วยแก้ปัญหาของผู้บริโภคที่มักหากางเกงยีนส์ที่พอดีตัวได้ยาก ในขณะเดียวกันก็ลดขยะจากเศษผ้าที่ต้องตัดออกจากซากกางเกง นอกจากนั้น ทางแบรนด์ยังมีบริการพิมพ์ชื่อของผู้สวมใส่ลงในกางเกงยีนส์ด้านใน และใช้แพ็คเกจจิ้งที่ตัดจากฝ้ายยีนส์เหลือใช้

การเลือกใช้วัสดุที่ยั่งยืน การผลิตที่ได้คุณภาพ และการมอบประสบการณ์ใหม่แก่ผู้บริโภค คือเทคโนโลยีด้านแฟชั่นที่เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของแบรนด์

**“เวลาคนส่วนมากพูดถึงนวัตกรรม พวกเขา มักนึกถึงเทคโนโลยี ทั้ง ๆ ที่เทคโนโลยีไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุด เพราะสิ่งสำคัญที่สุดคือความเข้าใจในตัวผู้บริโภคและการพาพวกเขาเดินทางไปด้วยกับแบรนด์ต่างหาก”**



Fashion technology is not likely to transform the looks of costume or make them look so much different from those in the past. However it has changed many things in the processes and experiences of consumers, starting from material usage and manufacturing processes that become much more environmentally-friendly. This is essential because fashion industry has the second strongest impact on the world. During processes, cotton plantation needs a vast land use for fiber and dyeing process also requires a large quantity of water and chemicals. When being dumped, these fashion items are not easily degraded. Now fashion industry pays more attention to sustainability. There are attempts to use recycled materials to produce fibre and textiles, as well as fiber or textile from eco-friendly alternative materials. This also includes recycling technology to turn used textile into new fiber.

Besides, fashion technology can also transform consumer experience to be more appealing, create stories for a brand to appeal to consumers, and allow

them to express themselves by using such brands like Denim Unspun. This jeans brand exploits 3D technology to form the jean to fit the dimension of the wearer, so it is tailored to perfectly fit. This is a new and impressive service to solve consumers' problem that they cannot find the exact slim fit jeans trouser. In the meantime, this helps reduce trimmed fabric caused by general cutting. The brand also offers to print the name inside the jean, and packaging made from leftover jeans.

The choices of sustainable materials, quality manufacturing, and newer experience for consumers are fashion technology and the key to brand success.

**“When people talk about innovation, most of them only think about technology, but technology isn't the most important part. The most important part is actually understanding your customers and take them on a journey with you.”**

## เทคนิคในการปั้นศิลปิน SECRET BEHIND ARTIST MANAGEMENT HOW TO PROMOTE ARTISTS – SECRET BEHIND ARTIST MANAGEMENT /

26 July 2019

13:45 – 14:15

TCDC

Speaker

**ต่อพงศ์ จันทบุพผา ผู้อำนวยการฝ่ายคัดสรร  
และพัฒนาศิลปิน ค่ายเพลง What The Duck**

Torpong Chantabupha

Artists & Repertoire Director, What The Duck



ในธุรกิจอุตสาหกรรมบันเทิง แผนก A&R คือแผนก คัดสรรและพัฒนาศิลปิน ย่อมาจาก Artist and Repertoire คำว่า Repertoire หมายถึงสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น เพลง สีนค้ำ ชื่อเสียง หรือบุคลิกลักษณะของศิลปิน เป็นต้น

หน้าที่หลักของ A&R มีอยู่ 3 อย่าง คือ 1. คัดสรร หมายถึง การคัดสรรคนที่มีแนวโน้มจะสามารถพัฒนาเพื่อต่อยอดให้ เป็นศิลปินอาชีพหรือนักดนตรีเต็มรูปแบบได้ 2. พัฒนา ต้อง พัฒนาความสามารถของศิลปินให้ดีขึ้นในทุก ๆ ด้านอยู่ตลอด ต้องกลับมาดูข้อดีข้อเสียเพื่อนำไปพัฒนาและเรียนรู้อยู่เสมอ 3. เป็นคนกลาง หมายถึงเป็นคนกลางในทุกกิจกรรมของการทำงานระหว่างศิลปินกับบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากค่ายเพลงคือส่วนหนึ่งของธุรกิจที่ต้องการผลกำไร ในขณะที่เดียวกัน สีนค้ำของค่ายเพลง คือ ศิลปิน ที่ไม่ใช่ consumer product แบบทั่วไป แต่เป็นเจ้าของผลงานที่มีความรู้สึกนึกคิด ฉะนั้น A&R จะต้องเป็นคนกลางที่สร้างความสมดุลระหว่างบุคลากร ที่อยู่ในหมวดของความรู้สึก (ศิลปิน) กับบุคลากรที่อยู่ในหมวดของข้อเท็จจริง (แผนกอื่น ๆ)

ความแตกต่างของศิลปินในยุคต่าง ๆ นั้นแปรผัน ไปตามเทคโนโลยี ปัจจุบันเป็นยุคของโซเชียลมีเดีย

อินเตอร์เน็ตความเร็วสูง คนรุ่นใหม่มีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และความรู้ในอินเตอร์เน็ตมากมาย ทำให้สามารถสร้างสรรค์ ผลงานแล้วก็เผยแพร่ได้เองในแพลตฟอร์มต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการที่ดีเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบค่ายเพลงก็ได้ การเจรจากับศิลปินในยุคปัจจุบันต้อง ทำให้เขาารู้สึกว่าเราเข้าใจเขา และพยายามเรียนรู้ในสิ่งที่เขา เป็นมากกว่าจะเป็นการไปบังคับให้เขาทำตามเหมือนเมื่อก่อน

“บางทีค่ายเพลงก็เข้ามาเป็นคนควบคุมกติกานี้คือกรรมการ นี่คือสนาม ยกละสามนาทีก่อน มีห้า ยกจบ เราต้องตัดสินใจ มันอาจจะไม่ใช่ข้อสรุปที่ดีที่สุด แต่มันถูกต้องและควรจะเป็น และมันได้ทำงานในช่วงเวลานั้น ๆ”



In entertainment business, A&R department is a short form of Artist and Repertoire. The word Repertoire refers to other things related to artists, both tangible and intangible, such as songs, reputations, character, and so on.

The key functions of A&R consist of three items including:

1) Recruitment, which refers to the recruitment of potential talents who can be developed to be professional artists or musicians.

2) Development, which refers to the development process of artists in all aspect, as well as learning strength and weaknesses to develop.

3) Agent and Management, which refer to being agent and management of all artist activities and third parties.

Music labels are part of business that demands profit, and music label's commodity is artist, which is not regular consumer products or commodity but a real person with thoughts and feelings. Therefore, A&R

must mediate to balance persons of feelings (artists) and other persons (other departments).

Differences of artists in different periods vary to technology. Now it is all about social media and high speed internet. Most new generation have computers and internet access, so they can produce creative works and distribute over various platforms. Still, good management is always necessary, which might not necessarily be in a form of music label. Unlike in the past that we try to force them to comply, artist negotiation these days needs to make them feel that we understand them, and try to learn what they are.

**“Sometimes, music labels took control - these are judges; this is the ring; a round is three minutes, five rounds altogether - then we decide. This might not lead to best conclusion but it is right and it should be. And it works for the time being.”**

## BUSINESS OPPORTUNITIES IN E-SPORTS OPPORTUNITIES IN E-SPORTS

26 July 2019  
15:00 – 15:30  
TCDC

Speaker

**จรรย์ศ เทพพิพิธ**

**ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารจาก Infoted**

Jirayod Theppipith

CEO & Founder of Infoted



E-Sports คือกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังเติบโตอย่างมากในตลาดโลก มีอัตราการเติบโตของคนเล่นเกมและยอดคนดูสูงมาก เพราะ 1. ทุกคนมีโทรศัพท์มือถือ ทำให้เกิดการเล่นเกมผ่านมือถือสูงขึ้น 2. กีฬา E-Sports ไม่มีพรมแดนและเล่นผ่านออนไลน์ได้จากทุกที่ 3. คนยุคใหม่มีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

ผู้เล่นเกม E-Sports ทั่วโลกครึ่งหนึ่งอยู่ในเอเชีย ส่วนรายรับของธุรกิจ E-Sports นั้นมาจากหลายช่องทาง ได้แก่ 1. ผู้สนับสนุน (Sponsorship) 2. การขายสิทธิ (Media Rights) 3. โฆษณา (Advertising) 4. ค่าเผยแพร่ (Game Publisher Fee) 5. การจำหน่ายบัตรเข้าชมและสินค้า (Merchandise and Tickets) ปัจจุบัน อุตสาหกรรม E-Sports เริ่มได้รับการยอมรับในวงกว้างมากขึ้น ตัวอย่างเช่นการได้บรรจุเป็นกีฬาในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ รวมถึงการมีสนามแข่งขัน E-Sports เพิ่มมากขึ้น

ระบบนิเวศของ E-Sports ไม่ว่าจะเป็นการสร้างทีม การจัดอีเวนท์ การมีลีกแข่งขัน ช่องทางสื่อต่างๆ เช่น ทวิตเตอร์, ยูทูป, เฟสบุ๊ก ไปจนถึงตัวผู้ผลิตเกม ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นโอกาส

ในการสร้างรายได้ที่มาจากผู้บริโภคนและแบรนด์ต่างๆ กีฬา E-sports กลายเป็น new marketing ที่เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ E-sports ยังเป็นโอกาสให้เกิดอาชีพใหม่ๆ ที่ทำรายได้ไม่น้อย เช่น Streamer คือคนที่เล่นเกมหรือแคสต์เกมให้คนดู, Player คือนักกีฬาอาชีพ และ Commentator คือนักพากย์การแข่งขัน เป็นต้น

**“จำนวนคนเล่นเกมในประเทศไทยอยู่ที่เกือบ 15 ล้านคน เวียดนามนี้สูงมาก อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และ 30 ล้านคนเลย เราเห็นอะไรกับตัวเลขเหล่านี้ มันมีแต่เติบโตมากขึ้น”**



E-Sports, a form of electronic sport, has been drastically growing at a global level and there has been significant growth in the number of both game players and viewer numbers. This is because, first, everyone has a mobile phone, which allows for more mobile game playing. Secondly, E-Sport is borderless. It can be played through online channels from anywhere. Finally, new generation lifestyle always involves technology. Half of E-Sport players are in Asia. Income of E-Sport business comes from various channels including:

1. Sponsorship
2. Media Rights
3. Advertising
4. Game Publisher Fees
5. Merchandise and Tickets.

Now E-Sports industry gains acceptance as it was included to such regional games as SEA Games and there are also more venues for E-Sport.

E-Sport ecosystem includes team building, event organizing, league management, and various media channels like Twitter, YouTube, Facebook, and direct channels to game makers; all can generate income from consumers and brands. E-Sport will become new marketing that could reach more new generation. Besides, E-Sport will create new professions that generate good income like streamers, a person who plays or commentates video game to views, player is a professional game player, and commentator is a person commentating and making comment on a video game that being played.

**“Thailand has almost 15 million gamers. Vietnam also has a very high number of gamers. So do Indonesia and the Philippines, all with more than 30 million each. What can we see from these figures? It keeps growing”**

## การดำเนินธุรกิจ ANIMATING STUDIO ในปัจจุบัน OPERATING ANIMATION STUDIO IN PRESENT DA

26 July 2019  
15:45 – 16:30  
TCDC

Speaker

**ณัฐ ยศวฒนานนท์**  
**ผู้ก่อตั้ง Igloo Studio**

Nat Yoswatananont  
Founder of Igloo Studio



อุตสาหกรรมอะนิเมชันเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่และมีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เพราะสามารถจัดจำหน่ายสิทธิได้หลายช่องทาง ตลาดหลักของโลก คือ ญี่ปุ่น อเมริกา เกาหลี และยุโรป ในขณะที่จีนเป็นตลาดใหม่ที่ทุกประเทศทั่วโลกสนใจ ทำให้อุตสาหกรรมอะนิเมชันในจีนมีการตื่นตัวขึ้นมาก ส่วนคู่แข่งที่สำคัญของเราคือ มาเลเซีย เกาหลีใต้ และอินโดนีเซีย

การผลิต original content ของตัวเองเป็นหัวใจหลักที่จะดึงให้ธุรกิจอะนิเมชันของไทยประสบความสำเร็จ เพราะทำให้เกิดโอกาสตามมาหลายอย่าง สร้างรายได้มากมาย รวมถึงสร้างโอกาสให้คนที่อยู่ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เติบโตตามด้วย การสร้างงานคุณภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจะช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมของไทยให้บุกตลาดต่างประเทศได้ดีมากขึ้น หากไทยต้องการผลิตอะนิเมชันเป็นสินค้าส่งออก สิ่งจำเป็นคือ การพัฒนาคุณภาพอยู่ตลอดเพื่อชิงอำนาจต่อรองเข้ามา และการสนับสนุนจากภาครัฐในการออกไปหาพาร์ทเนอร์จากต่างประเทศ

เคล็ดลับความสำเร็จจาก Igloo Studio คือ 1. สร้างเอกลักษณ์ของตัวเอง (Create own IP) 2. หาจุดแข็งของตัวเอง (Find your strengths) 3. ไม่หยุดพัฒนาตัวเอง (Never stop developing) 4. ให้ความสำคัญกับคนทำงาน (Place importance on staff)

“ผมเชื่อในเรื่องของ original content มาตลอด ผมเชื่อว่า original content คือสิ่งที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถไปชดหน้าชูตาอยู่ในเวทีโลกได้”



Animation industry is increasingly large with a good trend to grow even bigger. This is because it can be distributed via many channels. The key global market includes Japan, USA, Korea, and Europe. Now China is a new market that everyone in the world seemingly looks into. This makes Chinese animation industry become much likelier at the moment. Our key competitors include Malaysia, South Korea, and Indonesia.

The ability to produce one's own original content is a core activity that leads Thai animation industry to success because it will lead to more opportunities and generate more income, as well as support other related industries to grow along. To produce good and unique quality work will drive Thai industry to better penetrate international market. If Thailand aims to 'export' animation, it is necessary to develop the quality to

increase our negotiating power and to gain government support in seeking international partners.

The keys to success from Igloo Studio include:

1. Create one's own uniqueness (Create own IP)
2. Find your strengths
3. Never stop developing
4. Place importance on staff.

**“I believe in original content all along. I do believe that original content is the factor that drives Thailand to be proud at the global stage.”**



## PODCAST อย่างไรให้ตรงใจลูกค้า ในฐานะของสื่อใหม่ PODCAST – HOW TO DO IT RIGHT FOR CUSTOMERS AS A NEW MEDIA.

26 July 2019  
16:30 – 17:15  
TCDC

Speaker

**เคน - นครินทร์ วนกิจไพบูลย์**  
คอลัมนิสต์และบรรณาธิการบริหารสำนักข่าว  
**THE STANDARD**

Ken - Nakarin Wanakijpaibul  
Columnist and Editor-in-chief of THE STANDARD



เคน - นครินทร์ วนกิจไพบูลย์ คือบรรณาธิการบริหารสำนักข่าวออนไลน์ THE STANDARD เขามีความสนใจในสื่อใหม่อย่างพอดแคสต์และมีรายการของตัวเองชื่อ 'The Secret Sauce' ประสบการณ์ที่เขานำมาถ่ายทอดในครั้งนี้ครอบคลุม 4 ประเด็นหลัก คือ 1. พอดแคสต์คืออะไร 2. ภาพรวมอุตสาหกรรมพอดแคสต์ 3. ทำพอดแคสต์อย่างไรดี 4. วิธีสร้างรายได้จากพอดแคสต์

พอดแคสต์ (Podcast) ตามรากศัพท์มาจากคำว่า iPod + Broadcasting มีความหมายถึง on demand audio content คือรายการวิทยุที่ผู้ฟังสามารถเลือกฟังได้ตามชอบใจในวัน เวลา และสถานที่ที่ต้องการ ฟังย้อนหลังก็ได้ ซึ่งลักษณะ on demand นี้ถือเป็นพฤติกรรมหลักของผู้บริโภคในปัจจุบันพอดแคสต์เป็นเหมือนหนังสือเสียงที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่พูดกับผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม และมีความใกล้ชิดสนิทสนมมากกว่าวิทยุ ข้อดีของพอดแคสต์คือ ใคร ๆ ก็ทำได้ไม่ซับซ้อน และต้นทุนน้อย ปัจจุบันพอดแคสต์เติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นสื่อที่ยังมีช่องว่างทางการตลาดและตอบโจทย์ปัญหาของผู้บริโภคที่ไม่ชอบการอ่าน

การคิดไอเดียเดียวเพื่อทำพอดแคสต์นั้นให้ดูความสนใจของมนุษย์เป็นตัวตั้งต้น และหาความถนัดของตัวเอง เมื่อได้สิ่งที่ยากทำแล้ว จากนั้น 1. ตอบให้ได้ว่าทำไมคนถึงอยากฟังเรา (Why) 2. หาจุดแข็งที่แท้จริง (Unique selling point) เช่น พิธีกร เนื้อหา หรือแขกรับเชิญ เป็นต้น 3. ขอความช่วยเหลือจากคนอื่น (Recruit help) เพื่อเติมสิ่งที่เราไม่ถนัด ขั้นตอนต่อไปคือ ลงมือทำ เพื่อทดสอบทเรียนจากความผิดพลาด เรียนรู้และแก้ไข

การสร้างรายได้จากพอดแคสต์เป็นสิ่งที่ยากที่สุด เพราะจะต้องทำเป็นอาชีพจริงจัง มีความสม่ำเสมอ สิ่งสำคัญคือหา กลุ่มคนฟังที่ชัดเจน (Target audience) ให้เจอ ซึ่งจะทำให้เกิด conversion rate สูงตามมา

“ผมว่าพอดแคสต์เป็นสื่อที่สนุกมาก แล้วเมื่อไรก็ตามที่คุณเจอคนฟังของตัวเอง คุณก็จะเกิดหัวใจขึ้น คุณจะรักในสิ่งที่คุณทำ แล้วจะมีความสุขมาก”



Ken Nakarin Wanakijpaibul is an editor-in-chief of The Standard, an online news agency. He has a strong interest in new media like podcast, and has his own podcast show called “The Secret Sauce”. He shared his experiences covering four main points:

1. What is podcast?
2. The overview of industry
3. How to do good podcast
4. How to generate income from podcast.

Podcast word consists of two words - iPod and Broadcasting. It refers to on-demand audio content. It is a radio show that listeners can choose to listen at the time, date, and place they want to. They can listen to it in retrospect in an on-demand fashion. This on-demand feature is essential to suit current main consumer behavior that like podcast and often treat it like audio books on the Internet. This media speaks to specific groups of listeners, and closer and more personal than the radio. The strength of podcast is that anyone can do it, as it is not complicated and of low production cost. Now podcast is increasingly growing, and there are still market gaps. It is also an answer to pain point of consumers who do not like reading.

To create captivating podcast, you need to focus on what people are interested in as a starting point, and continue with what you are good at, then deal with these questions and phases:

1. Why do the audience want to follow you?
2. What is your unique selling point, for example, the host, content, guests, and so on?
3. Recruit helps from others to fulfil what you do not know well.

The last phase is to execute it, so you can learn from mistakes and correct them.

To generate money from podcast is the most difficult because it needs to be professional with a good consistency. The most important factor is to find the right target audience, which will eventually lead to high conversion rate.

**“I think Podcast is very fun medium, and whenever you find your own listeners, your passion will grow, you will love what you do and you will be really happy.”**

## MUSIC MARKETING IN THE DIGITAL AGE

26 July 2019

17:15 – 18:00

TCDC

Speakers

• **นิทัศน์ คงขำ**

**กรรมการผู้จัดการ ค่ายเพลงวอร์เนอร์ มิวสิค ไทยแลนด์**

• **รุ่งโรจน์ อุดมภักโภทวัฒน์**

**ผู้บริหาร ค่ายเพลงสมออรุณ**

• **ดร. สรัญ จิตะวสันต์**

**ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท สไปซ์ ดิสก์ จำกัด**

• **ณุกภาพ กมล**

**ผู้ช่วยรองกรรมการผู้จัดการ มิวซิก บูฟ**

• Karl Kongkham, Managing Director, Warner Music Thailand Limited

• Rungroj-upathamphotiwat, CEO, Smallroom Bangkok Pop Music Label

• Dr. Sran Thitiwasan, Marketing Director, SpicyDisc Company Limited

• Danuphop 'Bom' Kamol, Assistant Vice President, Muzik Move

ในยุคนี้มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมดนตรีมากมาย ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและเป็นทั้งความท้าทายไปพร้อมกัน ตัวอย่างเช่น

1. ในมุมมองของการผลิตงานหรือการทำงานในท้องถิ่นที่เสี่ยง เทคโนโลยีช่วยให้ประหยัดต้นทุน ทำให้ผลิตงานได้หลากหลายขึ้น และลดข้อจำกัดในการทำงาน

2. การใช้เทคโนโลยีกับ Media เช่นการใช้ข้อมูลจาก Big Data ทำให้เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ช่วยในการโปรโมทและขยายแฟนเพลงได้ แต่ค่ายเพลงยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากเหล่านี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องทำความเข้าใจ เรียนรู้จากการลองผิดลองถูกต่อไป

3. เทคโนโลยีช่วยให้ศิลปินมีช่องทางเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงานมากขึ้น เช่น Streaming Channel ต่าง ๆ แต่ค่ายเพลงก็ต้องทำงานหนักขึ้นเพราะผู้ฟังมีตัวเลือกมากขึ้น

4. เทคโนโลยีช่วยให้การคัดเลือกศิลปินง่ายและเร็วขึ้น เช่น การค้นหาผ่านช่องทาง Youtube

5. การที่เทคโนโลยีเข้าถึงผู้ฟังได้ง่ายและฟรี อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมดนตรีในระยะยาว เป็นโจทย์ที่ค่ายเพลงต้องทำให้คนเห็นคุณค่าผลงานของศิลปินและยอมจ่ายเงินเพื่อสนับสนุน

6. การใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ควรพิจารณาองค์ประกอบหลาย ๆ ด้านไปพร้อมกัน ไม่ว่าจะเป็นตัวตนของศิลปิน ผลงานเพลง ทีมงาน ผู้บริหาร และแฟนเพลง

7. การพึ่งยอร์ดิวเอยะ ๆ เพียงอย่างเดียวไม่อาจรับประกันความสำเร็จได้ เพราะยอร์ดิวอาจเกิดขึ้นจากกระแสในช่วงนั้น ไม่ใช่จากตัวผลงาน

**“เราไม่ได้ใช้โซเชียลมีเดียมาสร้างหน้ากา หรือมาสร้างอะไรที่ปลอม ๆ เราต้องการทำการตลาดให้กับตัวตน กับเพลง กับศิลปินจริง ๆ ใช้มันเป็นหน้าต่าง ไม่ได้ใช้เป็นหน้ากาก”**

นิทัศน์ คงขำ  
กรรมการผู้จัดการ  
ค่ายเพลงวอร์เนอร์ มิวสิค ไทยแลนด์



The emergence of new technology has brought about both opportunities and challenges simultaneously. Some example include:

1. Many technologies in production and recording studio help reduce cost, create more variety of works, and reduce work limitations.
2. Applying technology to media like big data analysis help understand more of target groups. Technology can help promote and expand fan base, but music labels are still lack of knowledge and experience in analysing this data to maximize the use. They need to understand and learn more.
3. Technology helps artists to have more channels to distribute and publicize their works such as streaming channels of all sorts, but it means that music labels need to work harder because listeners now have more choices.
4. Technology helps recruit artists easier and quicker - by means of browsing YouTube, for example.
5. Better accessibility and free at times for listeners

might have a long-term negative impact on music industry. This is a big question for music labels to make people realize the true values of artists, and willing to pay to support.

6. Technology utilization must consider all elements in all aspects including artists themselves, music works, team, management team, and fans.
7. The high viewing number alone is not a guarantee to success because viewing number might just happen due to a trend at that time, not genuinely from the work.

**“We do not just use social media to create masks or something fake, but we want to market a character or a persona with music, with real artists, using it as a window, not a mask.”**

Karl Kongkham,  
Managing Director, Warner Music Thailand Limited

## LIGHTING IN THE TEMPLE ศรัทธา 4.0 แสงในวัด LIGHTING IN THE TEMPLE – FAITH 4.0

26 July 2019

17:15 – 18:00

TCDC

### Speakers

• **ธวัชชัย แสงธรรมชัย**

**กรรมการผู้จัดการบริษัท WHY NOT Social Enterprise**

• **กนต์ธร เตโชฬาร**

**นักออกแบบคาแรกเตอร์ เจ้าของเพจ Art of Hongtae**

• **ปานปอง วงศ์สิริสวัสดิ์ Design Director**

• **สารัตถะ จิงเสถียรทรัพย์**

**อะนิเมเตอร์หลัก Another Day Another Render**

• Thawatchai Saengthamchai, Managing Director, WHY NOT Social Enterprise

• Kontorn “Hongtae” Techolarn, Character Designer, Facebook page: Art of Hongtae

• Panpong Wongsirasawad, Design Director

• Saratta Chuengsatiansup, Animator, Another Day Another Render

โพธิ์ เรื่อยเตอร์ (Bodhi Theatre) คืองานศิลปะดิจิทัลที่จัดแสดงในอุโบสถวัดสุทธิวรารามในช่วงเทศกาลวิสาขบูชาที่ผ่านมา ซึ่งถือเป็นครั้งแรกของประเทศไทยที่มีการนำสื่อมัลติมีเดียสมัยใหม่มาผสมผสานกับพระพุทธศาสนา ภายใต้แนวคิด ‘แก่นเดิม เปลือกใหม่’ ซึ่งหมายถึงการสร้างภาพขึ้นมาใหม่ โดยยังคงแก่นของคำสอนแบบเดิมไว้ เป็นการสร้างโอกาสและเครื่องมือใหม่ ๆ ให้คนรู้สึกว่าการไปวัดนั้นเป็นเรื่องสนุกและใกล้ตัวมากขึ้น ทำให้ธรรมะกลับมาอยู่ในบทสนทนาในชีวิตประจำวัน ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ไม่ใช่เรื่องศักดิ์สิทธิ์ที่ต้องยกไว้บนห้าง

บทสวดมนต์ที่ถูกเลือกมาใช้คือบทสวดพาหุงฯ ซึ่งเป็นบทที่พุทธศาสนิกชนไทยคุ้นเคยดี เนื้อหาของบทสวดถูกนำมาแปลความหมาย และตีความออกมาเป็นภาพ ด้วยเทคนิค Projection Mapping ซึ่งมีทั้งส่วนของการเล่นเรื่องและการใช้ภาพสร้างบรรยากาศ

Projection Mapping คือการนำเทคโนโลยีโปรเจกเตอร์มาฉายภาพแสงและสีที่สร้างขึ้นในคอมพิวเตอร์ลงไปยังผนัง ลักษณะคล้ายการวาดภาพจิตรกรรมบนฝาผนังนั่นเอง แต่การวาดด้วย Projection Mapping ทำให้ภาพมีความเคลื่อนไหว

เปลี่ยนรูปแบบได้ และเมื่อจบงาน ปิดเครื่อง พื้นที่ของวัดก็กลับสู่สภาพเดิมทันที สามารถทำกิจกรรมของวัดได้ตามปกติ เทคนิค Projection Mapping นี้ทีมงานได้แรงบันดาลใจจากวัดแห่งหนึ่งในญี่ปุ่นที่ใช้เทคโนโลยี Projection Mapping จัดแสดงแสงสีประกอบบทสวดที่อยู่ในรูปแบบเพลงทันสมัย ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากจนทำให้วัดกลับมาเป็นพื้นที่ที่ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอีกครั้ง ซึ่งงานของ โพธิ์ เรื่อยเตอร์ก็ได้รับกระแสตอบรับที่ดีเช่นกัน จากทั้งคนรุ่นใหม่และรุ่นเก๋ารวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่เคยรู้จักพุทธศาสนาก็สามารถตีความเนื้อหาจากภาพที่มีความเป็น universal ได้

**“มันเริ่มต้นจากการเป็น Projection Mapping เราอยากทำให้คนตื่นตาตื่นใจกับการแปลบทสวดและเข้าใจความหมาย แต่พอถึงเวลาจริง ๆ แล้วเราค้นพบว่ามัน beyond กว่านั้น มันคือประสบการณ์ใหม่ที่มาวัด คราวนี้มาวัดแล้วเขาเจออะไรบ้าง”**

ธวัชชัย แสงธรรมชัย  
กรรมการผู้จัดการบริษัท WHY NOT Social Enterprise



Bodhi Theatre is digital art display in the Ordination Hall (Ubosodha) of Wat Suthi Waram Temple during the past Visakha Bucha (Visak) festival. This is the first time in Thailand to have a mix multimedia presentation combined with Buddhism under the concept of 'Same core, New bark'. This refers to the re-imagining of the images to maintain the original teaching. This new tool is an opportunity to attract new generations to temple to make it more fun and more relevant, as well as make Dhamma a subject of everyday conversation, not something untouchable.

The chant chosen for recital is Bahum, which is well familiar to general Thai Buddhists. The content of the chant is translated and interpreted into images with projection mapping technique, consisting of storytelling and projecting images for ambience.

Projection mapping is a technology using a projector to project images in lights and colors generated by computer onto the wall, giving a visual effect no different than murals. But projection mapping can create moving images and many transformations. When completed, the machine is off and the premise of the temple will be back to normal immediately. The temple then can be used for other activities as usual.

This projection mapping technology is inspired by one temple in Japan which similar technique of images projection along with chants in contemporary manner was used. It is warmly welcome and considered successful, so much it regenerates the temple area to be a part of a community again. Bodhi Theatre showcase is warmly welcome as well from the old and new generations including international visitors who never know Buddhism before can interpret images which contain the quality of universality.

**“It started from a projection mapping which we want to amaze our viewers with the chant’s translation, and their consequent understanding. However, in the end, we found out that it went far beyond that. It was a totally new experience of visiting a temple. Now they might to ask themselves about their own experience at the temple.”**

Thawatchai Saengthamchai,  
Managing Director, WHY NOT Social Enterprise

## NIA SESSION IP เสวนาหัวข้อ “บทบาท ด้านทรัพย์สินทางปัญญาจากภาครัฐ” NIA SESSION IP – TOPIC “GOVERNMENT ROLE ON INTELLECTUAL PROPERTY”

27 July 2019

10:00 – 10:30

TCDC

Speakers

• **ดร. กริชพกา บุญเฟื่อง**

**รองผู้อำนวยการด้านระบบงานนวัตกรรม**

**สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)**

• **เขมะศิริ นิชชาก**

**ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านลิขสิทธิ์**

**กรมทรัพย์สินทางปัญญา**

• Dr. Krichpaka Boonfuang, National Innovation Agency (Public Organization)

• Khemasiri Nichakorn, Copyright Specialist, Department of Intellectual Property

Moderator

• **ศิริประภา รุ่งพราย**

Siraprapa Roongprai

เราต่างรู้ว่าทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) มีมูลค่าสูงในอุตสาหกรรม และเข้าใจว่า กรมทรัพย์สินทางปัญญา ภายใต้กระทรวงพาณิชย์มีหน้าที่รับผิดชอบ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แปรนต์ สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า ฯลฯ รวมถึงงานสร้างสรรค์หลายอย่างที่จะเกิดลิขสิทธิ์คุ้มครองทันที แม้ไม่ได้จดทะเบียน ไม่ว่า ดนตรี งานศิลปกรรม วรรณกรรม งานซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ ฯลฯ แต่การมาจดทะเบียนไว้จะทำให้จัดการได้ง่ายเมื่อเกิดกรณีพิพาท แนนอน งานของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ได้มีเพียงเท่านั้น กรมฯ ยังต้องการผลักดันสตาร์ทอัพ และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีไอเดียเริ่มต้น สามารถต่อยอดไปสู่ธุรกิจที่มีมูลค่าสูง หากได้เข้ามาใช้บริการของกรมฯ ซึ่งมีหน่วยงานต่าง ๆ พร้อมให้บริการฟรี ตั้งแต่การบ่มเพาะ เชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุ้มครองสิทธิ ไปจนถึงการส่งออกต่างประเทศ โดยความร่วมมือระหว่างหลายหน่วยงาน เช่น การอบรมจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การให้ความรู้จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้มีศักยภาพเติบโตแข่งขันได้ทั้งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จนถึงระดับโลก

รวมถึงการแก้ไขกฎหมายลิขสิทธิ์ เมื่องานสร้างสรรค์

ทุกอย่างกลายเป็นดิจิทัลทั้งหมด การเผยแพร่เจ้าของต้องคุ้มครองเองตั้งแต่ต้นทาง เช่น การใส่ลายน้ำ หรือโค้ดไว้ หากมีการละเมิดในระดับแฮกข้อมูล กรมฯ ก็มีมาตรการทางเทคโนโลยีรองรับ

ที่สำคัญ NIA เพิ่งเปิดตัวศูนย์ District C เพื่อให้บริการแบบ One-Stop Service สำหรับสตาร์ทอัพทั้งไทยและเทศ เป็นจุดแลนด์ดิง เมื่อสตาร์ทอัพต่างประเทศต้องการข้อมูลใด ๆ เกี่ยวกับการลงทุนหรือเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ในไทย โดยตัดขั้นตอนยุ่งยากออกทั้งหมด และมีหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการ สตาร์ทอัพสามารถตั้งธุรกิจได้โดยสะดวก

**“หมดเวลาแล้วที่เราจะหยิบบ่มทรัพย์สินทางปัญญาจากประเทศอื่นมาใช้ ทุกอย่างที่อยู่ในมือเราสามารถเป็นนวัตกรรมได้ กรมทรัพย์สินทางปัญญาต้องการจะคุ้มครองและผลักดันธุรกิจของคนไทยให้เติบโตได้ในระดับโลก”**

เขมะศิริ นิชชาก

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านลิขสิทธิ์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา



It is known that intellectual property is of higher value in industries, and also well understood that it is the role of Department of Intellectual Property, Ministry of Commerce in registering and protecting intellectual property of all forms e.g. brands, patents, copyrights, trademarks, and so on. These include most creative works like music, artworks, literary works, software, etc. which are immediately protected even they are not yet registered. Nevertheless, registrations will make it easier to manage particularly when being in dispute. Moreover, the roles of Department of Intellectual Property are to push and nurture new entrepreneurs with fresh ideas that could lead to businesses of high values. Department of Intellectual Property offers a variety of services ranging from incubating, developing products, protecting rights to export which are given by many units without any fee. The services are provided with interagency cooperation such as training from Department of Business Development, knowledge enhancement from Department of International Trade Promotion to boost potentials and competitiveness both in South East Asian region and global stage.

Besides, this includes modification of copyright law when all creative works become digital. To publicize, the

owner needs to protect their work themselves from the beginning in several ways such as watermark insertion and encryption. In case there is breach by hacking, there are technological counter measures.

Importantly, the NIA recently opened District C Center to offer one stop service for all startups both Thai and International. It should serve as an initial landing point especially when any international startups are looking for some information on investment or Thailand connections, cutting all the red tapes and delivering curricula which assist startup entrepreneurs to set up more conveniently.

**“It is no longer viable to borrow other countries’ intellectual properties. Everything in our hands can be innovation. Department of Intellectual Property aims to protect and promote Thai businesses to grow at the global stage.”**

Khemasiri Nichakorn  
Copyright Specialist,  
Department of Intellectual Property



## เปิดตัว MOOC (ONLINE LEARNING) – การนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ในการพัฒนานวัตกรรมยุคดิจิทัล LAUNCHING MOOC (ONLINE LEARNING) – USING INTELLECTUAL PROPERTY IN DEVELOPING DIGITAL INNOVATION

27 July 2019

10:30 – 11:00

TCDC

Speaker

**ศิริประภา รุ่งพราย**

**ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)**



Siraprapa Roongprai, Innovation Promotion Manager, National Innovation Agency (Public Organization)

นอกจากร่วมมือพัฒนาย่านปทุมธานีให้เป็น District C (Cyber Tech District) ของกรุงเทพมหานครแล้ว สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ยังได้จัดหลักสูตรออนไลน์ขึ้นภายใต้ชื่อ NIA Academy เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ โดยพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ที่เรียกว่า MOOC มีคอร์สออนไลน์หลัก 4 คอร์ส คือ Intellectual Property for Business Innovation หรือทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจนวัตกรรม, Business Innovation for Competitiveness หรือนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อการแข่งขัน, Startup Warrior หรือสตาร์ทอัพ วอร์ริเออร์ และ Social Innovation หรือนวัตกรรมเพื่อสังคม

สำหรับศิริประภา ผู้ดูแลคอร์ส Intellectual Property for Business Innovation ได้อธิบายย่อ ๆ ถึงคอร์สนี้เป็นตัวอย่าง คือ ความสำคัญของการจดทะเบียนด้านสิทธิต่าง ๆ เพื่อเป็นการคุ้มครองและเพิ่มมูลค่า อาทิ สิทธิบัตร (Patent) ลิขสิทธิ์ (Copyright) ความลับทางการค้า (Trade Secret) และเครื่องหมายการค้า (Trademark) ซึ่งมีมากกว่านี้ แต่มี 4 ประเภทหลักซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ทางธุรกิจมาก การจดทะเบียนสิทธิต่าง ๆ มีค่าใช้จ่ายก็จริง แต่คุ้มค่า เพราะ

เป็นการรักษาสิทธิและป้องกันการละเมิด ก็มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้คำปรึกษาที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา และที่ District C

นอกจากคอร์สด้านทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว คอร์สออนไลน์อื่น ๆ ก็มีเนื้อหาที่น่าสนใจ มีโมเดลหลายอย่าง ทั้งความเข้าใจเรื่องนวัตกรรมเพื่อสังคม วิธีการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ทู่นในการสนับสนุนสตาร์ทอัพโดย NIA การเขียนเพื่อเสนอขอทุนต้องทำอะไร และอื่น ๆ อีกมากมาย ในอนาคตที่จะตามมา โดยเฉพาะหัวข้อด้าน MAR Tech ซึ่งกำลังเป็นธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง โดยผู้ที่สนใจสามารถเข้าไปศึกษารายละเอียดได้ที่ [niaacademy.co](http://niaacademy.co)

**“ความรู้ต่าง ๆ ทั้ง 4 คอร์สหลักสามารถเรียนรู้ได้เบื้องต้นจากออนไลน์เรียนนิ่งแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นประโยชน์มาก เพื่อจะปูความรู้ก่อนที่จะเข้าไปปรึกษากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่พร้อมให้บริการผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ”**



Apart from co-developing Punnawithi neighborhood to be Bangkok's District C (Cyber Tech District), National Innovation Agency (Public Organization) has organized online courses under the name "NIA Academy" which offers four main courses including Intellectual Property for Business Innovation, Business Innovation for Competitiveness, Startup Warrior, and Social Innovation.

Supervising "Intellectual Property for Business Innovation", Siraprapa offers a brief explanation as an example of the importance of registrations that protect and add value to innovation such as patent, copyright, trade secret, and trademark. Although there are in fact some more, but these four are key beneficial business tool. However, though registration means expenses, it is worthy because it helps protect rights and prevent violation. It also comes with departmental supervision provided by its experts at the Department as well as at District C.

The department also offers courses in many other aspects with interesting content and models such as understanding social innovation, how to set up a startup business, seed money sponsorship by NIA, how to write for seed fundraising, and so on. There will be more courses offered in the future particularly in the topic of MAR Tech which is a high-value creative business. Those who are interested can find more details at [niaacademy.co](http://niaacademy.co).

**"All knowledge from the four courses can initially be learned through online learning platform, which is highly beneficial. This means to offer some fundamental knowledge before consulting related agencies who serve startup entrepreneurs."**

## FIRESIDE CHAT WITH MEDIA TRANSFORMATION / CHANGING DIRECTIONS OF DIGITAL MEDIA ECOSYSTEM

27 July 2019

11:00 – 12:00

TCDC

Speakers

• เขมทัตต์ พลเดช

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด  
(มหาชน)

• จัตรชัย ตะวันธรงค์

กรรมการผู้จัดการ บริษัท สปริง 26 จำกัด

• ต่อเติมพงษ์ วิเศษสมบัติ

ผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท วอยซ์ ทีวี  
จำกัด และผู้ร่วมก่อตั้ง Echo

• Khemthat Poldech, MCOT

• Chatchai Tawantharong, CEO of Spring News

• Tortermpong Wisessombat, Deputy CEO  
VoiceTV, Co-Founder Echo

Moderator

• ระเบียบ ตะวันธรงค์

กรรมการ สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

• Ravee Tawantharong, Online Providers  
Association of Thailand

จากการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศสื่อที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ถึงตอนนี้มีทีวีดิจิทัลต้องคืนช่องไปจาก 24 ช่องเหลือเพียง 15 ช่อง มีการเลย์ออฟคนทำงานไปกว่า 20 ครั้ง รวมกว่า 2,000 คน ซึ่งนี่ยังไม่ใช้คลื่นลูกสุดท้าย จำนวนช่องทีวีที่เหมาะสมคือ ต้องต่ำกว่า 10 ช่อง สิ่งที่น่าเป็นห่วงอาจไม่ใช่คนที่ออกไปจากช่องซึ่งต้องปรับตัว แต่คนที่ยังอยู่ในอุตสาหกรรมทีวีต่างหาก ที่ต้องต่อสู้ด้วยทุกวิถีทาง เพราะพฤติกรรมของผู้เสพสื่อ การลงโฆษณา กลุ่มเป้าหมายนั้น เปลี่ยนไปหมดทั้งระบบ

หนทางรอดของระบบนิเวศสื่อใหม่ทั้งที่ยังอยู่บนทีวีและกระจายตัวมาอยู่ในช่องทางออนไลน์ คือการทำความเข้าใจ กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ให้ดีที่สุด อย่าง ช่อง 9 อสมท ช่องเก่าแก่ 60 กว่าปี ซึ่งยืนยันว่าเป็นช่องเดียวที่ไม่เคยเลย์ออฟพนักงานออกได้ศึกษาโมเดลจากปรับตัวจากสื่อ

ทั่วโลก คิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา เป็นแอป VAM ด้านดนตรี เพื่อผันตัวจากวิทยุ 62 สถานีมาอยู่บนออนไลน์ รวมถึงผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีการเสฟสื่อใหม่ที่อยู่ระหว่างการพัฒนา

ด้านสปริง นิวส์ ซึ่งแทรกตัวขึ้นมาโดยการลดต้นทุนการผลิตสื่อทีวี แต่เข้าถึงแหล่งข่าวและเกาะติดสถานการณ์อย่างจริงจัง บอกว่าภายใต้ประโยคฮิต “Content is a King” ต้องพูดให้ได้ว่า King คืออะไร สำหรับเขาแล้วนั่นคือคอนเทนต์ + ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่ ‘ประสบการณ์’ การเสฟสื่อใหม่เพื่อผู้ชม การ Live ที่ทำให้เกิดประสบการณ์ตามติดคือหนทางหนึ่งของช่อง แต่การ Live ก็มีดาบสองคม จึงต้องมีเทคโนโลยี Live Feed Sensor เข้ามาเพื่อชะลอ ‘ความสด’ และเซนเซอร์ภาพที่รุนแรงได้ทันการณ์



สำหรับ Voice TV ซึ่งวางโพสิชั่นเป็นสื่อสำหรับคนรุ่นใหม่ มีวิธีการนำเสนอระหว่างที่วิวกับออนไลน์ที่ต่างกันอยู่แล้วตั้งแต่ต้น เมื่อถึงเวลาที่จะมาทำออนไลน์เต็มตัว เขาก็ย้ำความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์เช่นกัน ในขณะที่เขาก็ได้เริ่ม Echo สื่อออนไลน์แบบ Video Story Telling ซึ่งออกแบบการเล่าให้ถูกจริตออนไลน์ในคุณภาพการผลิตสูงที่สุดเท่าที่ทำได้ Echo เป็นสื่อรุ่นใหม่ที่มีอุดมการณ์เชิงสังคม เขาอธิบายโมเดลในการหารายได้ว่าต้องเกิดจากความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย + ความคิดสร้างสรรค์ + คู่ค้า (สปอนเซอร์) ที่มีอุดมการณ์ที่ต้องการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน

ทั้งนี้ ทุกท่านสรุปว่า วิถีชีวิตคือความเปลี่ยนแปลง ถ้าเปลี่ยนแปลงทัน ผู้ชมผู้ฟังรุ่นใหม่ก็จะเข้ามา งานดีต้องอยู่บนแพลตฟอร์มที่สามารถดึงคนได้ สื่อไม่มีวันตาย ตราบที่

ยังมีมนุษย์อยู่ ความคิดสร้างสรรค์เท่านั้นคือจุดแข็งที่ทำให้เราต่างจาก AI ที่กำลังจะเข้ามาทดแทนแรงงานมนุษย์ในอนาคต

“สื่อทีวีตายแล้วไปไหน ผมอยากเปลี่ยนคำถามว่า ‘เป็นพ่ออย่างไรให้แข็งแรง’ คำตอบคือวันนี้สัญชาตญาณ (Gut Feeling) ไม่พอแล้ว ต้องมีข้อมูลด้วย เมื่อ Data + Creative จะนำมาซึ่ง Experience เพื่อดึงดูด Audience ของคุณ”

จักรชัย ตะวันธรรค์



As a result of the rapid changes in the media ecosystem change, now 24 digital TV stations went out of business while only 15 remain. There have been more than 20 layoffs which affected more than 2,000 staff and this is far from last impact. The possibly suitable number of stations is fewer than 10. This might not be so worrying for those who already went outside this industry and have to adapt to the situation as those who are still working in, for it means the whole industry needs to struggle in all sides - media consumers, advertisement, and target audience, as all totally change.

The possible solution for this new media ecosystem which now exists on TV and expands to online channels is to best understand target audience. In case of MCOT, the oldest broadcasting station running over 60 years

and is the only station that never lays off, it has studied different adapting models from media worldwide and came up with an app called VAM to help broadcast its 62 regional stations into online radio, including many more new media technology in the pipeline.

SpringNews has pushed through by reducing TV production cost, and accessing to more news sources and current situations seriously. Under the concept of 'Content is a King', we must know what really is 'King'. For SpringNews, the combination of content and creativity will bring about 'new experience' of consuming media for the audience. How to do 'live' show that creates hooking up viewing experience is another way. But doing 'live' does come with a caution; it needs Live Feed Sensor technology as well, so the violence can



be kept out in time.

While VoiceTV has positioned itself as a media for new generation broadcasting differently from TV and online from the beginning, when it comes to full online broadcast, it remains focused on creativity as well. When starting 'Echo', it focuses more on online video storytelling, which is designed to match online tastes with highest quality possible. Echo is a new media with social ideology. He further identified business model as coming from the understanding of target audience, creativity, and sponsors or trade partners with a similar principle of communication.

All concluded that crisis means changes. If changes happen in time, there will be new audience. Good pieces must be on an accessible platform and media

will continue as long as humans exist. Only creativity is a true strength, and can differentiate us from AI which is replacing human labor in the future.

**“What is TV afterlife?’ I would like to rephrase it to ‘how to live healthy afterlife’, today answer is gut feeling or instinct is no longer enough. It needs data. When data combines with creativity, it leads to experience to attract your audience.”**

Chatchai Tawantharong,  
CEO of Spring News

## ปลดล็อกความคิดกับนวัตกรรม 4.0 UNLOCK YOUR CREATIVITY BEFORE INNOVATION

27 July 2019

13:00 - 13:45

TCDC

Speakers

• สัทธิพงษ์ ศรีมาศเกษม

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง

อาร์จีบีเจ็ดสิบสอง

• จวีวรรณ คงโชคสมัย

กรรมการผู้จัดการ อาร์จีบีเจ็ดสิบสอง

• Sittipong Sirimaskasem,  
CEO & Founder RGB72

• Chaweewan Kongchoksamai,  
Managing Director RGB72

จากประสบการณ์การทำงานด้านกราฟิกดีไซน์ในนิวยอร์กของสัทธิพงษ์ ทำให้เขาได้เรียนรู้ว่าความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่เพียงความสวยงาม หรืองานที่เกี่ยวกับดีไซน์หรือโฆษณาเท่านั้น ทุกคนไม่ใช่แต่ศิลปินหรือนักออกแบบก็เป็นใครเอที่ทำได้ด้วยการปรับเปลี่ยนและคิดนอกกรอบ คนครีเอทีฟก็คือคนที่สามารถแก้ปัญหาจากของง่าย ๆ ในชีวิตประจำวันนำมาดัดแปลงในมุมใหม่ได้

แล้วจะปลดล็อกความคิดธรรมดาได้อย่างไร อันดับแรกต้องเปิดใจและช่างสังเกตก่อน ตามมาด้วยหลักการ 5 ขั้น คือ

1) Audience ผู้รับสารของคุณคือใคร ต้องรู้จักให้มากกว่า Demographic แบบเดิม ที่วัดด้วยอายุ เพศ การศึกษา แต่ตอนนี้ต้องทำ Persona คือเข้าใจพฤติกรรมและจิตวิทยาอันแตกต่างของคนแต่ละกลุ่ม เพื่อความเข้าใจที่ลึกซึ้ง สิ่งสำคัญคือต้องเริ่มด้วยคำถามว่า “ทำไม” ก่อนจะไปถึง “อะไร” จึงจะเข้าใจสมองและหัวใจของผู้ฟังจริง ๆ

2) Story Telling การเล่าเรื่องสำคัญมากสำหรับทุกแบรนด์ให้ที่มาของแบรนด์ของคุณแตกต่างมีคุณค่าที่จะโน้มนำความคิดของผู้ฟังได้

3) Content หารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่กำลังนิยมและเหมาะกับแบรนด์ของคุณ เช่น สิ่งที่ยืดต่อนี้คือวิดีโอสั้นหรือการเล่าใน Story ของโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

4) Target การตั้งเป้าหมายว่าเราผลิตเนื้อหาไปเพื่อ

อะไร ต้องมีเป้าหมายและเกิดผลลัพธ์ที่ต้องการ เช่น เกิดการตระหนักรู้เรื่องแบรนด์ สามารถขายของได้ หรือรณรงค์ประเด็นที่กำลังต้องการนำเสนอได้ อย่าคิดถึงแต่ยอด Like และ Share เท่านั้น

5) Technology ตอนนี้มีเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มมากมาย ต้องค้นหาว่าคุณจะนำเสนอตัวเองบนสื่อแบบใดจึงจะเหมาะสม

นอกจากนี้ความครีเอทีฟยังเกิดจากความธรรมดา มาเจอกับความธรรมดาก็ได้ เช่น โปรเจกต์ collaboration ระหว่างแบรนด์ที่มีจุดแข็งต่างกัน ก็ทำให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นมา เพราะไม่มีใครด้อยที่สุดหรือดีที่สุด ความธรรมดาแต่แตกต่างหลากหลายก็คือความครีเอทีฟนั่นเอง

“ผมเชื่อว่าครีเอทีฟทุกคนไม่ได้คิดว่าตัวเองครีเอทีฟกว่าใคร แต่มันคือการมองสิ่งธรรมดาในชีวิตประจำวันให้ต่างหรือออกนอกกรอบจากความรับรู้สามัญ ซึ่งต้องอาศัยความช่างสังเกตและประสบการณ์ที่ได้เห็น ฟัง และออกไปรับรู้โลกให้มาก”

สัทธิพงษ์ ศรีมาศเกษม

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง อาร์จีบีเจ็ดสิบสอง



From Sittipong's extensive experience in graphic design in New York, it suggested him that creativity is not only about aesthetics or advertising design. Though everyone might not be an artist or designer, all can be creative by initiating change or lateral thinking. Creative person is a person with an ability to solve a problem with easy solution from everyday life items by reinventing them in a new purpose.

How could we unlock this simple idea? First we need to open up and be observant, followed by these 5 steps principle:

1) Audience – Who is the audience? One must know more than typical demographic information set by age, gender, and education. Now one needs to understand persona i.e. to understand behavior and psychology of different groups. To have a genuine insight, the important thing is to start questioning 'Why' before 'What', so one can understand brain and heart of real audiences.

2) Storytelling – Storytelling is vital for every brand. The different origin of brands can offer different values and convince audiences differently.

3) Content – One needs to find the popular and trendy way to present your brand, for example, now short video or the narrating story on different social

media are trendy.

4) Target – Target will determine how we produce content, the aim and end results of the content such as brand awareness, saleability, or campaigning the current issues. One must not solely focus on the amount of 'like' and 'share'.

5) Technology – there is an increasing number of technologies and platforms. You need to search and define yourself on suitable types of chosen media.

Besides, creativity often comes from simplicity colliding with another simplicity such as collaboration between brands with different strengths leading to new things because none is best or worst. Simplicity yet diversity is actually creativity.

**“I truly believe that every creative person does not think they are more creative than others, but it is a simple way of looking at an ordinary thing in our everyday life differently or outside the box. This requires being observant and more worldly experience.”**

Sittipong Sirimaskasem  
CEO & Founder RGB72



# เปลี่ยนโลกด้วย BIG DATA และ VIDEOS CHANGE THE WORLD WITH BIG DATA AND VIDEOS

27 July 2019

13:45 - 14:30

TCDC

Speakers

• ศิวัตร์ ชาวเรียงวงศ์

ประธาน ดิจิทัล แอดเวอไทซิ่ง แอสโซซิเอชัน (ไทยแลนด์)

• ขจร เจียรนัยพานิชย์

กรรมการผู้จัดการ แมงโก้ ซีโร รัมส์อัพ ไทยแลนด์

• ณัฐวุฒิ พิงเจอร์ชัย

ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ บริษัท อู๋คิ จำกัด

• ดร. ทวีธา ตระกูลยั้งยง

ประธานผู้บริหารสายงานเทคโนโลยี บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน)

• Siwat Chawareewong, CEO GroupM Thailand

• Khajorn Chiaranaipanich, Managing Director Thumbsup Thailand

• Natavudh Pungcharoenpong, CEO Ookbee

• Dr. Tawicha Trakulyingyong, CTO, Sansiri Public Company Limited

Moderator

• ณัฐพร สุชาติกุลวิทย์

กรรมการผู้จัดการ ไทยไลฟ์สตรีม

และพรีอิก ดิจิทัล กรุ๊ป

Natthapron Suchatkulawith, MD,

Thai Livestream, Frog Digital Group

การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลอันมหาศาลคือพันธกิจของธุรกิจในวันนี้ บิ๊กดาต้าเปลี่ยนโลกธุรกิจในแง่มุมต่าง ๆ เสวนานี้มีประสบการณ์จากหลายแวดวงทั้งโฆษณา คนทำสื่อและอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งชี้ให้เห็นวิธีการสกัดและใช้ประโยชน์จากบิ๊กดาต้าได้อย่างไร

ในวงการโฆษณามากกว่า 300 แบรินด์ในไทยเก็บและมองหาข้อมูลที่มีความหมาย เช่น การซื้อสินค้า พฤติกรรมการเสพข่าว ฯลฯ โดยสร้างซอฟต์แวร์มากรองข้อมูล เมื่อเห็นอะไรที่เด่นชัดจะหยิบขึ้นมาทำต่อ สมัยก่อนการขายข้อมูลลูกค้าจะอยู่ที่ 'นักขายมือทอง' คนเดียว ในวันนี้บิ๊กดาต้าถูกกระจายในถึงรวมที่พนักงานเข้าถึงได้ และมีปัจจัยชี้วัดที่หลากหลายและเฉพาะมากขึ้น การแบ่งกลุ่มลูกค้าไม่ได้เหมือนสมัยก่อนที่วาดด้วยอายุ เพศ วัย การงาน แต่สามารถแยกย่อยได้หลายร้อยกลุ่ม และตั้งชื่อแต่ละกลุ่มเจาะจงมากขึ้น เพื่อยิงโฆษณาไปให้ตรงกลุ่มเป้าหมายที่สุด

ในส่วนของสื่ออย่าง Thumbsup Thailand ซึ่งมีเว็บอยู่ 6 เว็บ เช่น Mango Zero ตอนนี้มีทราฟฟิกรวมอยู่ถึง

40 ล้าน กับ 6 ล้านคอนเทนต์ เขายกกรณีศึกษาอันน่าสนใจกับเว็บเพื่อแม่และเด็ก เพจนี้จะโพสต์ถึง 2 ทุ่ม แต่เพิ่งพบข้อมูลว่าคุณแม่จะมีเวลาเข้ามาอ่านจริง ๆ ตอน 5 ทุ่ม เพจจึงปรับเวลาการโพสต์ใหม่ ก็พบว่าได้ทราฟฟิกเพิ่มขึ้นเป็นล้าน ส่วนการบริหารเว็บต่าง ๆ ซึ่งมีนักเขียนรวมกว่า 40 คน เขาเขียนระบบขึ้นมาดูว่านักเขียนกำลังทำอะไรไปถึงไหน รวมทั้งวิเคราะห์เทรนด์ ตลาด ลูกค้ายกมาเหมาะกับสื่อในเครือข่ายไหน จึงจะทำคอนเทนต์ได้ตรงเป้า

ด้านวิดีโอก็ต้องติดตามเทรนด์ เช่น ตอนนี้วิดีโอแนวตั้งเพื่อการดูผ่านสมาร์ตโฟนกำลังมาแรง เมื่อลองปรับตามก็พบว่าได้ยอดวิวสูงขึ้น 10 - 15 % และยังพบข้อมูลว่ามีลูกค้ากลุ่มใหญ่ในต่างจังหวัดที่ยังใช้ระบบ 3G ซึ่งมีข้อจำกัดในการโหลดวิดีโอ จึงเน้นการสื่อสารด้วยภาพมากกว่า

สำหรับอู๋คิ เก็บข้อมูล 2 แบบคือ แบบที่รู้ว่า KPI คืออะไรและติดตามผลเช่นนั้น กับข้อมูลที่เก็บไว้ก่อนโดยที่ยังไม่รู้ว่าจะนำมาทำอะไร อู๋คิมีข้อมูล 1 หมื่นล้าน data points/วัน กับเพจวิว 2 พันกว่าล้านต่อเดือน จึงต้องออกแบบ



ระบบคัดข้อมูลว่าจะไรสำคัญ เช่น การเปิดแอปอ่านการ์ตูน ต้องดูได้ว่าเปิดค้างไว้เฉย ๆ หรือมีการอ่าน จึงมีระบบการตรวจจับการแตะหน้าจอ เพราะนี่คือข้อมูลสำคัญต่อการหารายได้ หรือสำหรับแอปเกม ต้องเปิดโอกาสให้คนที่เล่นเกมแบบซื้อไอเท็มมาเจอกับคนที่ไม่ซื้อไอเท็ม จะได้เห็นข้อได้เปรียบของการซื้อไอเท็ม เป็นต้น

ในส่วนของอสังหาริมทรัพย์อย่างแสนศิริ ใช้ข้อมูลเพื่อการทำโครงการ โดยจับคู่ระหว่างโครงการกับลูกค้า เริ่มจากโลกทัศน์ เมื่อก่อนจะใช้ประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญ แต่ตอนนี้ดูจากปัจจัยที่จับต้องได้จากข้อมูล เช่น การเดินทาง สภาพแวดล้อม โดยการจับคู่จะดูไปถึงว่าข้อมูลโครงการจะไปถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างไร ต้องเก็บข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการเสพยา หรือการมาดูบ้านตัวอย่าง เช่น พบข้อมูลที่น่าสนใจว่า “ห้องน้ำ” เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ไม่ว่าจะเป็ขนาดหรือคุณภาพของห้องน้ำ แทนที่จะเป็นห้องนอนหรือห้องนั่งเล่นอย่างที่คิดกันทั่วไป

ถึงตอนนี้หากคุณเสฟสื่อออนไลน์แล้วพบว่าคลิก ละคร

ซีรีส์ หรือรายการที่กำลังฮิตล้นผ่านการวิเคราะห์บิกดาต้ามาแล้วทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตไทยหรือเทศ บิ๊กดาต้าจึงเป็นสิ่งที่มืทธิพลสูงมาก แต่ขณะเดียวกันการโฆษณาแบบดั้งเดิมก็ยังคงสำคัญ เพราะก็ทำให้ได้บิกดาต้ากลับมา ยังมีเทคโนโลยีด้านนี้อีกมากที่ยังไม่ถูกนำมาใช้ และทำที่ดีที่สุดคือการหาวิธีเชื่อมโยงระหว่างออนไลน์กับออฟไลน์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ให้มากที่สุด

“ดาต้าคือแหล่งน้ำมันดิบ เราต้องหาวิธีกลั่นน้ำมันดิบออกมาว่าจะนำมาใช้ประโยชน์แบบไหน งานนี้จำเป็นต้องมี Data Scientist และนักสถิติเข้ามา Visualize ดาต้าออกมาให้เห็นภาพ ไม่อย่างนั้นก็จะกลายเป็นเพียงขยะ”

ณัฐวดี พังเจริญพงศ์

กรรมการผู้จัดการ

ไทย ไทวัลสตรีม และฟร็อก ดิจิทัล กรุ๊ป



Collecting and analyzing the massive data is a current mission of businesses today. Big data has changed business world in many aspects. This discussion involves experience from various industries including advertising agency, media, and real estate developer and indicates how to extract and utilize big data.

In the realm of advertising, more than 300 brands collect and search for meaningful data such as purchasing, media consumption behavior and so on by way of constructing software to sift through data. When they are struck by something, they pick them up and work on it. In the past, sale data were only with 'top sale persons' alone. Now big data are distributed in a sandbox accessible by all staff, and equipped with more diverse and more specific indicators. The new classification is no longer such a traditional one as age, gender, work, but categorized into hundreds of groups, and named much more specifically. This means to aim the advertisements to the most precise target audience. Thumpsup Thailand, a media company with six

different websites like Mango Zero, accommodates overall Internet traffic over 40 million with 6 million content. An interesting case was exemplified - a maternity related web usually posted new contents up to 8.00 PM, but their study showed that their mother readers came to read actually about 11.00 PM. The page then adjusted their post time, and consequently increased their traffic by millions. This web company oversees over 40 authors and invents a system to update their writers' progress and analyzing trends, markets, and customers that which media are suitable for certain kind of contents.

Video content needs to be trendy as well, for example, now vertical video trend is incoming. When we change, it increases viewership by 10-15%. The study further showed that more customers outside Bangkok are still up to 3G connections, so their video content download ability is more limited and communication through pictures are consequently preferable.

Ookbee collects two types of data: one with exact KPI to follow up, and the other the generic data with



no immediate primary purposes. It has 10 billion data points per day with over 2 billion monthly page views. So it needs to design filtering system to sort important information such as e-book for comic, it needs to be able to identify whether it is idle or actually being read. It should detect screen touching rate as this is essential information for profit. Or in gaming app, the system should allow player who buy items to face those who do not, so they can see advantages of buying game items.

For a real estate developer like Sansiri, data for the project development are being utilized by means of matching projects and customers. While in the past experience from experts were mostly used, now the data focus initially on locations, followed by more concrete data like daily commute and surroundings. An analysis of how information about the project will reach target audience is then carried out. Customer behavior data is collected by looking to media consumption or project site visit which gains some customer insight; for instance, it was found that instead of bedroom or living room as

generally presumed, 'bathroom' including its size and quality is a vital factor in buying decision.

All kinds of online video content - clips, series, and popular shows - certainly went through big data analysis, whether it is international or Thai production. So big data is highly influential. Nonetheless, the traditional media is still important because it is a source of big data. Meanwhile there is still more unused technology. Finally more attempts to converge online and off-line worlds to attain objectives as possible have to be made.

**“Data is like a crude oil source, we need to figure out how to refine it to serve various purposes. This task requires data scientists as well as statisticians to visualize them, if not it is just a trash.”**

Natavudh Pungcharoenpong  
MD, Thai Livestream, Frog Digital Group

# ส่องโลก AI และการทำ LIVE PRODUCTION AI & ANYWHERE LIVE PRODUCTION

27 July 2019

14:30 - 15:15

TCDC

## Speakers

- ยาล เอสเชล รองประธานฝ่ายขาย บริษัท ไลฟ์ยู จำกัด
- ปิยนันต์ ขวเลขยางกูร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไทย ไลฟ์สตรีม ดูทีวี มีเดีย จำกัด
- ณัฐพงษ์ เต็มศิริพงษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดิจิทัล โซลูชัน จำกัด
- สตรเกอร์ คอนิโกล ประธานเจ้าหน้าที่สายผลิตภัณฑ์ นิวเทค

- Yaal Eshel, VP Sales, LiveU Ltd.
- Piyanant Chawalekyangkul, CEO, DooTV Media
- Nathapong Temsiripong, Managing Director at Digital Solution International Company Limited
- Straker Coniglio, Chief Product Officer, NewTek, Inc

ทั้ง AI และ Live อยู่รอบตัวเรา แล้วเมื่อสองอย่างนี้ทำงานควบคู่กันก็ยิ่งทำให้เทคโนโลยีสื่อสารดียิ่งขึ้น เมื่อก่อนการถ่ายทอดสดทางทีวีต้องใช้รถ OB (Outside Broadcasting Van) ถ่ายทอดผ่านสัญญาณดาวเทียมซึ่งทั้งราคาแพง เทอะทะ และใช้พลังงานสูง ขณะที่ LiveU ซึ่งได้พัฒนานวัตกรรมย่ออุปกรณ์ถ่ายทอดสดมาเหลืออยู่ในเป้ใบเดียว (Backpack Broadcasting) ซึ่งใช้สัญญาณจากซิม 4G และ 5G ที่ปัจจุบันจะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานนี้ให้ดียิ่งขึ้น LiveU จึงเป็นนวัตกรรมที่อยู่ตรงการระหว่างการ Live ด้วยสมาร์ทโฟน และรถ OB คือ สัญญาณเสถียรและเป็นมืออาชีพกว่าสมาร์ทโฟนอีกทั้งสะดวก ประหยัด และคล่องตัวกว่ารถ OB หลายเท่า

สำหรับ AI ที่เข้ามาทำงานผนวกกับการ Live ในตอนนี้ก็มีการแปลงวิดีโอที่มีคำพูดออกมาเป็นตัวอักษรได้แบบทันที เป็นช่วยในการประชุมทางไกล แบบไม่ต้องจดบันทึกกันเลย หรือระบบตรวจจับใบหน้าจาก Live Video เพื่อประโยชน์ต่าง ๆ หรือ LiveU AI Solution ที่กำลังพัฒนาขึ้นในหลายแง่มุม เช่น การถ่ายทอดสด E-Sport ที่ต้องมีความเร็วสูงมาก ๆ AI ก็ยังสามารถช่วยพัฒนาความเร็วได้

ส่วนเทรนด์การ Live Streaming ในไทยนั้นจะมีแนว

โน้มในการนำมาใช้เพื่อการค้าออนไลน์ ทั้งสินค้าและความรู้ที่จะทำให้ได้ฐานผู้ชม และเก็บข้อมูลเพื่อขยายผลต่อจากฐานผู้ชมนั้น เช่น Live สามารถเก็บข้อมูลได้ว่าขณะนั้นคนสนใจเรื่องอะไร ช่วงเวลาไหน เป็นต้น เมื่ออุปกรณ์ถูกลง เทคโนโลยีดีขึ้น จะเกิดอาชีพใหม่ขึ้นอีกมากมายจากระบบนิเวศนี้

ถึงตอนนี้ AI และ Live Streaming ยังอยู่ในจุดกำลังพัฒนา เช่น AI จะเข้ามาช่วยฟังเสียงของผู้ชมใน Live และวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งฝ่ายผู้ผลิตคอนเทนต์และผู้ชม หรือแปลภาษาแบบเรียลไทม์ ฯลฯ ซึ่งจะมีโอกาสเติบโตได้ไกลกว่านี้อีกมาก

**“AI จะเข้ามาวิเคราะห์บีกดาต้าอันเกิดจากผู้ชมจำนวนมากของ Live Streaming ซึ่งสามารถป้อนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ได้หลายมิติ หลากหลายรวดเร็ว แบบที่มนุษย์ทำไม่ได้ จะนำไปสู่การสร้างคอนเทนต์ที่ดีขึ้น”**

ยาล เอสเชล

รองประธานฝ่ายขาย บริษัทไลฟ์ยู จำกัด



Both AI and Live are around us. When working together, it enhances communication technology to work better. In the past, live television coverage required Outside Broadcasting Van or OB van to project the signal via satellite which was highly expensive, bulky, and consumed a lot of energy. Now LiveU develops and reduces the size of live broadcasting equipment into just one single backpack—a backpack broadcasting. It utilizes 4G and 5G mobile signal which has been developed as a better general infrastructure. LiveU is then an innovation sitting between a smartphone ‘live’ session and OB van, with a much more stable connection and more professional than a smartphone, and more convenient, economical, and flexible than OB van.

For AI working with Live session, now there is a technology that offers simultaneous close caption, which helps teleconference by creating immediate meeting minutes, or runs facial recognition from live video feed for various uses. LiveU AI solution is being developed in various aspects such as e-sport livestream which requires real-time broadcast, AI can help with speed improvement.

Live Streaming trend in Thailand seems to

be towards online selling, both merchandises and knowledge, to get viewership and to collect data to expand viewership. For example Live session can collect data on what people are interested in at that time. When equipment becomes cheaper, there will be more new professions out of this ecosystem.

Up until now, AI and Live Streaming are in developing process. Some examples of the development are that it could help analyze voices of the audience during Live session, provide useful information for both content makers and audience, make simultaneous translation and so on. Furthermore, there is an ample opportunity to grow further.

**“AI will be brought in to analyze big data generated by massive amounts of live streaming viewers which can be analyzed for relations in many dimensions, more diverse, and faster beyond human capability. It will eventually lead to better content creation.”**

Yaal Eshel  
VP Sales, LiveU Ltd.

# หมัดเด็ดการทำ PODCAST และการทำถ่ายทอดสด PROFESSIONAL LIVE STREAMING & PODCAST STRATEGIES – TACTICS MASSIVE ENGAGEMENT

27 July 2019

15:15 - 16:00

TCDC

## Speakers

- **เฟื่องลดา – สรานี สงวนเรือง**  
กรรมการผู้จัดการ ฟลอริช ดิจิทัล
- **สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม**  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง อาร์จีบีเจ็ดสิบสอง
- **จวีวรรณ คงโชคสมัย**  
กรรมการผู้จัดการ อาร์จีบีเจ็ดสิบสอง
- **กวีวุฒิ เต็มภูวภัทร**  
หัวหน้าฝ่ายเอสซีบีเกินเอ็กซ์ เอสซีบี

- Faunglada Saranee Sanguanruang, Managing Director and Founder, Flourish Digital
- Sittipong Sirimaskasem, CEO and Founder, RGB72
- Chaweewan Kongchocksamai, Managing Director, RGB72
- Kaweewut Temphuwap, Head of SCB10X, SCB

พอดแคสต์เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีความเฉพาะ และต้องอาศัยเวลาในการสร้างฐานผู้ฟัง ต่างจากวิทยุที่เป็นออนไลน์มานานสามารถฟังเมื่อไหร่ก็ได้ ต่างจากวิดีโอที่ไม่มีภาพ นอกจากเนื้อหาที่ตรงใจแล้ว ‘เสียง’ และ ‘ลีลาการเล่า’ จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ฟังให้อยู่กับพอดแคสต์นั้น การทำพอดแคสต์จึงไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับทุกคน แม้กับมืออาชีพด้านการ Live Streaming เมื่อปราศจากภาพก็ต้องหาวิธีเล่าให้ผู้ฟังเห็นภาพ

พฤติกรรมกรรมการฟังพอดแคสต์นอกจากจะเกิดระหว่างทำกิจกรรมอื่น เช่น ขับรถ ออกกำลังกาย และระหว่างวิ่ง ยังมีลักษณะพิเศษตรงที่ เมื่อผู้ฟังเจอช่องถูกใจแล้วจะเกิดความเคยชิน ไม่เปลี่ยนไปไหนง่าย ๆ เพราะฉะนั้น คนทำพอดแคสต์จึงต้องสร้างจุดเด่นของเรื่องที่จะพูดให้ชัด และมีวินัยทำอย่าง

สม่ำเสมอ

สำหรับความยาวที่เหมาะสมสำหรับพอดแคสต์นั้น มีหลากหลาย รายการ Creative Talk นั้นทดลองตั้งแต่ 50 – 20 นาที พบว่า 20 นาทีนั้นเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับตัวเอง ส่วนรายการ 8 นาทีครึ่ง ก็ลืมนึกไปกับเพลง ‘8 บรรทัดครึ่ง’ ของเขา ให้เป็นที่จดจำและอยากติดตามตอนต่อไป แต่สำหรับรายการที่มีความยาวมากระดับ 3 ชั่วโมงอย่าง Get Talk ก็มีแฟนติดตามไม่น้อย ด้านความยาวจึงไม่จำกัดจริง ๆ แม้จะเป็นช่องทางการสื่อสารทางเดียว แต่เจ้าของรายการสามารถเก็บสถิติจากจำนวนผู้ฟัง ดูว่าช่วงไหนคนชอบฟังอะไร หรือบอกช่องทางสื่อสารอื่นให้ผู้ฟังแนะนำมาเลยก็ย่อมได้

ส่วนเทรนด์การเติบโตของพอดแคสต์ในไทยนั้น มี



แนวโน้มพุ่งขึ้นแน่นอน ดูตัวอย่างตลาดในอเมริกาโตซึ่งเต็มที่มีช่องเฉพาะหลากหลายมาก ทำให้เกิดชุมชนย่อยของคนที่น่าสนใจเรื่องเฉพาะทางเหมือนกัน พอดแคสต์มีข้อดีที่เมื่อผู้ฟังชินกับน้ำเสียงและการเล่าที่เป็นกันเองของเจ้าของรายการก็จะรู้สึกเหมือนเป็นเพื่อน ต่อให้รายการนั้นมีโฆษณาเข้าก็จะต่อต้านน้อยกว่าโฆษณาในวิดีโอ ตราบใดที่ผู้ฟังยังอินอยู่กับเจ้าของช่อง พอดแคสต์นั้นก็อยู่ได้ไปเรื่อย ๆ

เทรนด์ต่อไปก็คือการทำให้พอดแคสต์สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมจริงของผู้ฟัง เช่น ช่องสำหรับเด็กในอเมริกาที่ต้องการให้เด็ก ๆ แปรงฟันครบ 2 นาที ก็จะมีเล่นิทานต่าง ๆ ไป พอดครบเวลาแล้วก็บอกถึงเวลาบ้วนปาก เป็นต้น ทีเดียวแบบนี้ จึงเป็นสิ่งที่เจ้าของรายการพอดแคสต์ควรนำไปคิดต่อ

“พอดแคสต์เริ่มด้วยแพชชั่น ซึ่งสามารถสนับสนุนแบรนด์และธุรกิจได้ แต่มากไปกว่านั้นคือการสร้างแรงบันดาลใจให้กับชุมชนเล็ก ๆ เช่น ผู้พิการทางสายตา ที่ส่งข้อความมาบอกว่าพอดแคสต์เป็นช่องทางที่มีประโยชน์สำหรับพวกเขา มาก อย่าเลิกทำนะ”

สิทธิพงษ์ ศรีมาศเกษม  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง  
อาร์จีบีเจ็ดสิบสอง





Podcast is a unique communication channel which takes time to build up audience base. Podcast is different from the radio in that it is an on-demand service, and from video in that it does not have visual image.

Apart from the content that hits home, 'voice' and 'narrating style' are the tools that attract listeners. Podcast production is not easy for everyone, even for professional live streamers as they could not have visual image to aid, but only voice to paint the picture.

Podcast listening behavior is different. It often takes place during other activities like driving, exercising, or jogging. People tend to stick with the usual podcast once they find what they like, and are less likely to change. So podcast makers should have a clear and outstanding point with a good discipline and releasing

new podcast regularly.

The suitable length of podcast can be varied. Creative Talk podcast has experimented with 5-20 minutes long program, and concluded that 20 minutes is suitable for itself. While the 8.5-minute program mimicking 'eight and a half lines' Facebook page tries to make itself easier to remember with addictive content. However, the extra long program at 3 hours length like Get Talk does have a great number of followers too. Even it is a one-way communication, but the podcast owner can still collect data of listener statistics on data like the relation of topic and period of time, or even open for opinion and requests.

Thailand's podcast trend is very likely to rise, particularly when considering a big market like USA as



an example, it still grows with various specific channels, creating subcommunity of people with similar interest.

Podcast often makes listeners feel really personal with the show host as if they were friends. Once it gets sponsor advertisement, it is less likely for listeners to resist the offer than those of video. As long as listeners still like podcast maker, the podcast program can continue still.

The next trend is to allow podcast to interact with its listeners' actual activities such as a podcast for children in the USA which wants to encourage children to brush their teeth for two minutes. They tell their stories during two-minute brushing time before they tell them to spit and end brushing. This kind of ideas is something podcast maker to work on further.

**“Podcast starts with passions, which can support brands and business. What is more, it can inspire small communities like the blind, who messaged to inform that podcast is very useful channel for them and tell us not to quit doing so.”**

Sittipong Sirimaskasem,  
CEO and Founder, RGB72

## MEDIA TECH STARTUP! SHOULD DIGITAL STARS BE PART OF YOUR INVESTMENT PORTFOLIO?

27 July 2019

16:00 – 16:45

TCDC

### Speakers

- **ดร. ทริสแอม เลวิส-สเทมเพิล**  
ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ของ ThisThat
- **ซอนยา ราโดวิก**  
ผู้จัดการฝ่ายลงทุน ของ เอพีเอ็กซ์ สปริงดอร์ พอร์เช่
- **แอนเดรียส มิชาลสกี**  
ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ของ ซีไอ ฮับ
- Dr. Tristram Lewis-Stempel, Co-Founder & CEO at ThisThat
- Sonja Radovic, Investment Manager at APX Springer Porche
- Andreas Michalski, Co-Founder & CEO at CI Hub

### Moderator

- **เออร์ดิน ค็อก หัวหน้าฝ่ายมีเดียเทค ฮับ แอคเซเลอเรเตอร์ ของ สถาบัน ฮัสโซ พลัทเนอร์**  
• Erdinç Kocç , Head of MediaTech Hub Accelerator at Hasso Plattner Institute

มีเดียเทคสตาร์ทอัพน่าสนับสนุนลงทุนไหม? คำตอบคือใช่ เพราะมีเดียเทคมีความสำคัญต่อไลฟ์สไตล์ของคนในปัจจุบันอย่างมาก ทำให้พฤติกรรมและการเสพสื่อต่าง ๆ เปลี่ยนไป มีเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนมากมาย ทั้งอุตสาหกรรมบันเทิง เกม การสื่อสาร ฯลฯ ตอนนี้ก็มีสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์นมากมาย ฉะนั้น จึงสำคัญมากที่จะสนับสนุนมีเดียเทคสตาร์ทอัพในระยะเริ่มต้น

แนวคิดจาก เอพีเอ็กซ์ บริษัทสื่อขนาดใหญ่ในเยอรมนี ซึ่งผันตัวจากการทำสื่อแบบดั้งเดิมมาสู่การทำสื่อดิจิทัล ตอนนี้รายได้ (กระแสเงินสด) กว่า 70% ก็มาจากสื่อดิจิทัล จึงสำคัญมากที่จะลงทุนในมีเดียเทค ควรมีบริษัทมีเดียสตาร์ทอัพในพอร์ตลงทุนมาก อย่างเช่น เน็ตฟลิกซ์ ซึ่งกลายเป็น

ยูนิคอร์นไปแล้ว มีเดียเทคมากมายที่เติบโตเร็วในตลาดเฉพาะ ซึ่งควรสนับสนุนตั้งแต่ระยะเริ่มต้นที่เอพีเอ็กซ์ให้ทุนเริ่มต้นราว 600,000 ยูโร พร้อมโปรแกรมอบรม 6 เดือน ทั้งโมเดลธุรกิจดิจิทัล การสื่อสารไอเดีย และเข้าถึงคอนเนคชั่นต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทเติบโตเร็วที่สุด

ส่วนดิสคอปเองก็มีแพลตฟอร์มเพื่อเชื่อมโยงคนรุ่นใหม่ให้แชร์คอนเทนต์และผลงานกับบริษัทใหญ่ให้เข้ามาเห็นและทำงานร่วมกันเพราะคอนเนคชั่นเป็นเรื่องสำคัญมาก ที่จะเชื่อมต่อคนรุ่นใหม่กับบริษัทใหญ่ที่พร้อมสนับสนุนเพื่อให้ไอเดียเป็นจริง

สำหรับ ซีไอ ฮับ ซึ่งเป็นบริษัทด้านการตลาดดิจิทัลซึ่งก่อตั้งมาเมื่อ 15 ปีที่แล้ว เพราะเห็นความสำคัญของการ



นำเสนอสื่อที่คัดสรรเฉพาะบุคคล คอนเทนต์ที่ใช้สำหรับคนที่ถูกต้อง อย่างยูนิคอร์นสตาร์ เช่น เน็ตฟลิกซ์ที่นำเสนอตัวเองด้วยวิธีอันแตกต่าง เริ่มต้นด้วยทุน 10,000 ยูโร ก็เติบโตขึ้นกว่า 400 %

แม้ในตอนนี้อาจมีข้อถกเถียงมากมายเกี่ยวกับทางไปต่อของเน็ตฟลิกซ์ที่มีคู่แข่งเตรียมตัวเข้ามาลงสนามเดียวกันมากมาย ซึ่งก็ทำให้ได้เห็นถึงตัวเงินระดับหมื่นล้านที่ถูกลงทุนเพื่อผลิตคอนเทนต์มาแข่งขันในตลาด เงินนี้ไปสู่อุตสาหกรรมนี้ด้วย เราไม่รู้ว่าอะไรจะเกิดขึ้นในอนาคต แต่ละสายตาจากสตาร์อัพด้านมีเดียใหม่ๆ ได้เลย จำเป็นต้องมีในพอร์ตลงทุน เพราะการเติบโตมันสูงมาก

“การเติบโตของสื่อเทคโนโลยีที่มีความเจาะจงเพื่อแต่ละบุคคลมากขึ้น ทำให้เกิดการสร้างสรรค์คอนเทนต์เฉพาะชั้น เจ็บลงทุนระดับหมื่นล้านจะกระจายไปทั่วโลกเพราะมีการสร้างสรรค์คอนเทนต์เฉพาะสำหรับประเทศต่าง ๆ จะเน้นสื่อเทคโนโลยีควรอยู่ในพอร์ตการลงทุนแน่นอน”

แอนเดรียส มิซาลสกี  
ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ของ ซีไอ ฮับ



Is Media Tech startup interesting for investment? The answer is yes because media technology is highly essential to contemporary lifestyles, as it has changed media consumption behaviors. It is well supported with a myriad of technology on entertainment-gaming, communication, etc. Now there are many unicorn startups in this field, so it is very important to support media tech startups in their infancies.

The concept is derived from APX, a German media giant, which transforms its traditional media towards digital media. Now over 70% of its income comes from digital side; therefore, it is vital to invest in media tech. There should be media startups in investment portfolio such as Netflix which is now unicorn. Media tech can grow

very fast in niche market, which should be supported from the initial stage. APX now offers seed money of 600,000 euros along with 6 months training program including digital business model, idea communications, and other connections to make the company grow as fast as possible.

ThisThat provides a platform for new generations to share content and their work with big corporates so that they can see and work together. Due to the fact that connection is very important, companies want to connect with new generations to materialize ideas.

CI Hub, a 15-year-old digital marketing agency, realized the importance of selective and individual media on the principle of the right content for the right



person. For unicorn startup like Netflix, it pitched itself with a different approach, starting with 10,000 euros funding. It then grew over 400%. Even now, there are many discussions on the future of Netflix after many competitors are about to jump into the same arena. This also reflects billions of dollars of investment being poured to produce content to compete with in this market. The same investment also goes to MAR Tech which offers a massive opportunity for the industry. We might not know what lies in the future, but surely cannot take our eyes off new media tech startups, as they are something one needs in investment portfolio because of its highly potential growth.

**“The growth of media technology will be more specific for individuals, leading to personal content creation. Billions of dollars of investment is moving around the world because of the individual content production in each country. Therefore, media tech startups should be in investment portfolio.”**

Andreas Michalski,  
Co-Founder & CEO at CI Hub

## ความต้องการขับเคลื่อน “ความเสมือนจริง” ให้ “เป็นจริง” ในปัจจุบันและอนาคต DRIVE DIGITAL TRANSFORMATION BY DATA SCIENTIST AND VR

27 July 2019

16:45 – 17:15

TCDC

Speakers

• อัล คาดูโล

ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและการผลิตของ 360  
ทูเดย์ นิวส์

• ฟลอเรียน กรีนนิง

ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของพาวเวอร์  
เพลส

- Al Caudullo 360, Global Director of Marketing & Production for 369 Today News
- Florian Grüning, Founder & CEO of Powerplace

Moderator

• แมกซ์มิเลียน ออสบอร์น

ผู้ก่อตั้งร่วม ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยี และ  
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ ของ ดิสแดก

- Maximillian Osborne, Co-Founder, CTO and COO at ThisThat

เสวนานี้มีผู้เชี่ยวชาญจากทั้งสายวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Science) และความเสมือนจริง (Virtual Reality) โดยพื้นฐานวิทยาศาสตร์ข้อมูลคือการใช้เอไอ - ปัญญาประดิษฐ์ วิเคราะห์ข้อมูลมหาศาล เพื่อประโยชน์ต่าง ๆ และสายข่าวที่เป็นนักเล่าเรื่องโดยพื้นฐาน แต่มาถึงวันนี้ 360 วีอาร์คือการเล่าเรื่องแบบใหม่ ที่ให้มิติข้อมูลต่างออกไปจากการนำเสนอข่าวแบบเดิม และยังเป็นคลังข้อมูลขนาดใหญ่ แต่วีอาร์ก็ยังคงอยู่ในระยะเริ่มต้น เหมือนเด็กเตาะแตะที่นำจะมาทำงานร่วมกับวิทยาศาสตร์ข้อมูล เพื่อประยุกต์ให้ได้ประโยชน์มากขึ้นไปเรื่อย ๆ

เทคโนโลยีวีอาร์มีประโยชน์มาก ผ่านการใช้แว่นโอคิวลัส (Oculus Rift) ซึ่งส่งผ่านข้อมูลจากสายตาไปสู่สมองเร็วยิ่ง

กว่าเสียงวินาที่ เกิดปฏิกิริยาตอบสนองมากมาย ในแง่การเรียนรู้ผู้รับจะซึมซับข้อมูลได้อย่างรวดเร็วยิ่งกว่าอ่านหนังสือ แต่ก็มีข้อควรระวังคือ เทคโนโลยีเข้ามาแนบชิดติดตัวเรามากขึ้น สมาร์ทโฟนกลายเป็นหนึ่งในอวัยวะของเราไปแล้วต่อไปก็คอนแทคเลนส์อัจฉริยะ อีกหน่อยก็คงเป็นชิปที่ฝังอยู่ในสมองของเรา ฉะนั้น จึงต้องเข้าใจผู้ใช้แต่ละกลุ่มให้มากกว่าคอนเทนต์แบบไหนจึงจะเหมาะสมกับพวกเขา วิทยาศาสตร์ข้อมูลทำหน้าที่วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป็นเซกเมนต์ต่าง ๆ ได้เฉพาะและหลากหลาย นี่คือนิ่งในการทำงานร่วมกันได้

ในพัฒนาการอันเนื่องซ้ำของอุปกรณ์ที่เข้าถึงวีอาร์จากแว่นตาที่มีสายต่อคอมพิวเตอร์ มาถึงไวร์เลส ล่าสุดโอคิวลัสประกาศว่าจะมีเทคโนโลยีที่ตรวจจับการเคลื่อนไหวของสายตา



ว่าผู้เข้าชม (สนใจ) สิ่งใด และจะยิ่งเก็บข้อมูลละเอียดลงไปอีก  
 ณ วันนี้เรามีเทคโนโลยี Immersive Analytics ที่สามารถ  
 ได้ตอบโต้กับวีอาร์ มีการนำไปใช้หลายทางมาก แต่ทั้งนี้ก็ต้อง  
 มีความหยั่งรู้ในข้อมูล (Data Intuition) ว่าในข้อมูลมหาศาล  
 เหล่านั้น นักวิทยาศาสตร์ข้อมูลจะนำมาใช้อย่างไรกับวีอาร์  
 จาก 2 มิติ สู่ 3 มิติ สตาร์ทอัพที่สนใจด้านนี้ มีโอกาสในการ  
 เติบโตได้ไม่มีสิ้นสุด จะพูดถึงเกมสนุก ๆ หรือการศึกษา  
 ดาราศาสตร์ที่เก็บข้อมูลระบบสุริยะจักรวาลมาศึกษาและ  
 แสดงให้เห็นตรงหน้าก็ได้

การวิเคราะห์ข้อมูลมีประโยชน์กับการนำเสนอคอนเทนต์  
 ฉะนั้น การเติบโตระหว่างการนำเสนอคอนเทนต์ด้วยวีอาร์  
 ต้องเดินคู่ไปกับวิทยาศาสตร์ข้อมูล เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ใหม่ ๆ  
 ที่ก้าวหน้าเกินจินตนาการ

“ใคร ๆ ก็พูดถึงขั้นตอนต่อไปของการทำงานของ  
 เอโอกับการวิเคราะห์ข้อมูลในโลกเสมือน ที่จริงแล้ว  
 มีคนที่สำเร็จอยู่ไม่มาก สำหรับผมสิ่งที่อยากเห็น  
 คือรถยนต์ไร้คนขับที่ปลอดภัย สามารถวิเคราะห์  
 สภาพแวดล้อมได้แม่นยำ นั่นคือการทำงาน  
 ระหว่างข้อมูล เอโอ และวีอาร์ ซึ่งต้องพัฒนาเปลี่ยน  
 ผ่านไปด้วยกัน”

พลอเรียน กรีนนิง  
 ผู้ก่อตั้งและกรรมการเจ้าหน้าที่บริหาร  
 ของ พาวเวอร์เพลส





This discussion collected many experts in data science and virtual reality. Basically, scientific data is the use of AI - artificial intelligence - to analyze massive data for various uses including journalism which is fundamentally storytelling. Today 360VR, a new form of storytelling, represents different dimensions from the traditional news, and is still a massive data warehouse. However, VR is in its infancy in working with data science for further useful application.

VR technology can be very useful through Oculus Rift, a device which presents data from sight to brain instantly and therefore links to various reactions. For learning purposes, learners will get information faster than reading. Nonetheless, many are more cautious

as technology is very close to us even more like a smartphone that become one of our organs. The next device would be smart contact lenses, and ultimately chips in our heads at last. Therefore, one needs to understand that what kind of content is suitable for them. Data scientists will analyze customers to categorize them into various specific segments. This is one of the possible ways of cooperation in a slow pace of development of devices that accesses VR devices. From hard-wired computer connecting glasses to wireless option, Oculus announced its sight detection technology to detect users' sight on certain interesting focus in order to collect even more detailed data.

Now we have Immersive Analytics Technology



which allows us to interact within VR environment and can be used in various ways. Nonetheless, one needs to have data intuition, that is, with such massive data, how data scientists use that for VR, from two dimensions to three dimensions. Startups deciding to take on this could see infinite growth, for example, an entertaining game or an astronomic study that collects and studies information about solar system with VR display. Data analysis can highly benefit the presentation of content; therefore, content presentation and VR must grow along with data science to result in new findings beyond imagination.

**“Now everyone is talking about the next step of working with AI in analyzing data in virtual world. In real life, there are only few successful cases. For me, the case I wish to see is a safe driverless car that can accurately analyze its environment. That is a real work of data between AI and VR, which must go through developing process together”**

Florian Grüning,  
Founder & CEO of Powerplace

## จุดพลิกผันสู่การเป็นอินฟลูเอนเซอร์: TURNING POINT TO BECOME AN INFLUENCER

27 July 2019

17:30 - 18:15

TCDC

### Speakers

• มณฑล กasantikul

บล็อกเกอร์สายท่องเที่ยว: I Roam Alone

• อาชิตา ศิริภิญญานนท์

ิวตี้บล็อกเกอร์: ARCHITA STATION

• กันปพนธ์ เล้าเลิศเกียรติ

ไลฟ์สตรีมเมอร์ เชฟ และนักชิม: เกมเพลย์

- Monthon Kasantikul, Influencer: I Roam Alone
- Archita Siripinyanont, Beauty Blogger and Youtuber: ARCHITA STATION
- Kanpapon Raoroetkiet, Chef & Foodie Live streamer: Gameplay

### Moderator

• เจฟ ซาเตอร์

เพจ บล็อกเกอร์: Unable Studio, ศิลปินค่าย Grand Musik, ญุ่่มคลีโอ 2018

- Jeff Satur, Page Blogger: Unable Studio, Singer at Grand Musik, Cleo Bachelor 2018

ก่อนหน้าที่จะมีคำว่า Influencer ซึ่งกำลังเป็นอาชีพใหม่ เรามีคำว่าบล็อกเกอร์ นักบันทึกเรื่องราวผ่านภาพและตัวหนังสือ ในบล็อกหรือแฟนเพจทางเฟซบุ๊ก และต่อมาก็มีแพลตฟอร์มต่าง ๆ ถูกพัฒนาออกมามากมาย โดยมีจุดเด่นต่างกันไม่เพียงแต่ตัวอักษรหรือภาพอีกต่อไป แต่เป็นวิดีโอหรือไลฟ์ การถ่ายทอดสดที่มีลูกเล่นตามแต่คนจะสร้างสรรค์ไอเดียได้มากมาย ทั้งหมดนี้เกิดจากแพชชั่น หรือขับเคลื่อนด้วยความรักความชอบทั้งสิ้น

แล้วจุดพลิกผันหรือจุดเปลี่ยนที่ทำให้บล็อกเกอร์เหล่านี้ กลายมาเป็น Influencer หรือผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดคืออะไรล่ะ? Influencer ซึ่งนับวันจะแยกย่อยเฉพาะทางไปตามความสนใจ จะเริ่มมีอิทธิพลก็ต่อเมื่อมีฐานผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และเมื่อมีการ 'รีวิว' สินค้าหรือบริการใด ๆ ผู้ติดตามซึ่งชื่นชอบในบุคลิกและวิธีการนำเสนอของ Influencer คนนั้น ก็รู้สึกเชื่อถือเหมือนเพื่อนแนะนำของดีให้เพื่อน ไม่ถูกยัดเยียดเกินไป หากมีสปอนเซอร์เข้ามา นี้

เป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแพชชั่นให้เป็นอาชีพ

แต่ทั้งหมดไม่มีอะไรได้มาง่ายและเร็ว อย่าง I Roam Alone บล็อกเกอร์ท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในสังเวียนมายาวนานถึง 7 ปี จากการเล่าเรื่องด้วยตัวอักษรและภาพสู่วิดีโอ จุดเริ่มต้นคือการต้องการทำสิ่งที่รักคือการเดินทางให้เป็นงาน ซึ่งต้องทุ่มเทหมดหน้าตัก ทั้งเดินทาง ขยันเขียน อัปเดตอย่างต่อเนื่อง จนเข้าตาสื่อและสำนักพิมพ์ นั่นคือจุดเปลี่ยนแรกที่นำชื่อเสียงและเส้นทางการทำงานที่ชัดเจนมาให้ ส่วนงานวิดีโอก็ถือเป็นจุดเปลี่ยนที่ต้องเรียนรู้และทำทุกอย่างด้วยตัวเองใหม่ทั้งหมด แต่ก็ทำให้ผู้ติดตามได้รู้จักบุคลิกของมณฑลมากขึ้น จนถึงสนิทใจเหมือนเป็นเพื่อน เป็นแรงบันดาลใจ และหลายคนก็กลายเป็นบล็อกเกอร์ท่องเที่ยวโดยมี I Roam Alone เป็นแบบอย่าง

สำหรับกันปพนธ์ซึ่งเริ่มจากการเป็นนักแสดงวัยรุ่น และมียอดผู้ติดตามในอินสตาแกรมสูงจนคิดว่าน่าจะทำอะไรเป็นของตัวเอง เขาจึงนำความรักในการทำอาหารมาเสนอ



ด้วยแนวคิดแตกต่าง (เช่น การทำอาหารบนรถ สำหรับคุณแม่บ้านเวลาน้อย หรือการทำอาหารในคาเฟ่แมว ฯลฯ) คือจุดแข็ง และต่อยอดไปสู่การเป็นไลฟ์ สตรีมเมอร์ทางลาซาดาดะนั้น บล็อกเกอร์จึงต้องหาอัตลักษณ์ที่แตกต่างและเป็นตัวเองจริง ๆ จึงจะมีผู้ติดตามและทางไปต่อ

ส่วนอาชิตา บิวตี้บล็อกเกอร์ ซึ่งเริ่มทำคลิปแชร์การทำผมง่าย ๆ ในโซเชียลแถมให้เพื่อน ๆ ดู แต่กลายเป็นมีคนแชร์ไปมากมาย จากงานอดิเรกจึงกลายเป็นอาชีพ ปัจจุบันแม้มีสปอนเซอร์เข้ามา แต่อาชิตาเน้นการผลิตคอนเทนต์ที่ดี เป็นประโยชน์ เธอทำงานนี้มาต่อเนื่องหลายปี ไม่เคยรู้สึกเหนื่อยไอลี้ภัยก็พรุ่งพรูสามารถคิดงานใหม่ ๆ ได้เสมอ เพราะเป็นสิ่งที่รักจริง ๆ เพราะเริ่มจากเรื่องบิวตี้ ฐานผู้ติดตามจึงเป็นผู้หญิง แต่ตอนนี้อาชิตา สเตชันขยายฐานเป็นคอนเทนต์ด้านไลฟ์สไตล์ด้วย

Influencers มืออาชีพฝากถึงคนที่มุ่งหน้าสู่งานนี้คือต้องแสดงตัวตนที่แตกต่าง และในฐานะที่มีอิทธิพลส่วนหนึ่งต่อ

ผู้ติดตามก็ควรสร้างเนื้อหาที่เป็นประโยชน์นำไปสู่สิ่งที่ดีและสร้างสรรค์ แม้แต่คอนเทนต์ด้านความงามถ้าเป็นประโยชน์จริง แม้เวลาผ่านไปหลายปีก็ยังคงทำงานได้ดีอยู่

“การเป็นบล็อกเกอร์เป็นงานที่ต้องใช้ความอดทนมาก ทั้งอดทนระหว่างการเดินทาง อดทนผลิตคอนเทนต์ ตัดต่องาน อดทนแก้ไขในสิ่งที่พลาด อดทนต่อเสียงวิจารณ์ มีอะไรที่ต้องแลกเปลี่ยนเยอะมาก แต่วันนี้ก็ได้พิสูจน์แล้วว่าความอดทนของเราเป็นผล แม้จะไม่ใช้เส้นทางตามมาตรฐานชีวิตของคนทั่วไปก็ตาม”

มณฑา กสานติกุล

บล็อกเกอร์สายท่องเที่ยว: I Roam Alone

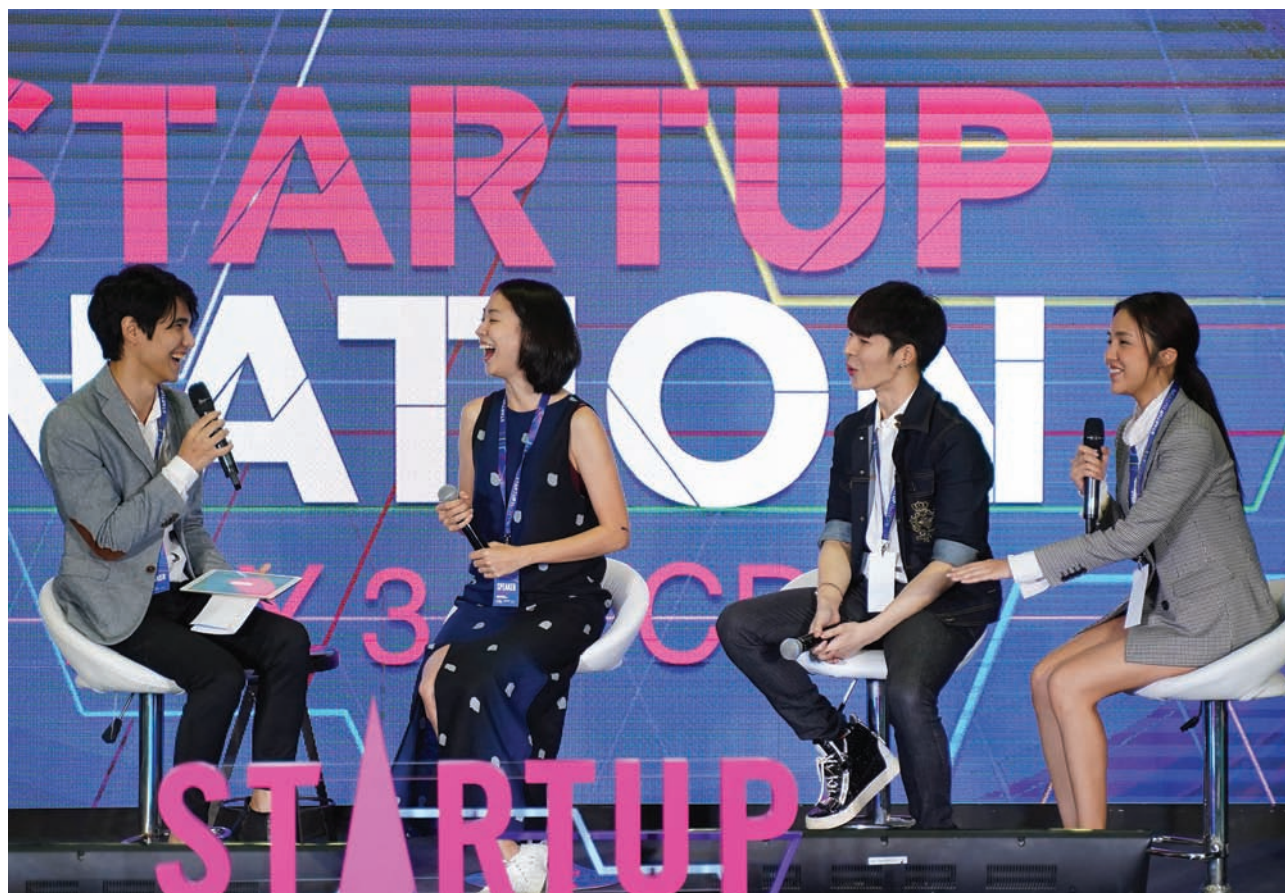


Before what we now call 'influencer' as a new profession, we have 'blogger', a writer who records through letters and photographs in blog or Facebook fan page. Then more diverse platforms have been developed with differences not only in letters and images, but video or live. Live broadcasting can be playful and creative to individuals, all driven by passion.

What is the turning point that turns these bloggers into an influencer or a trending influential character? Influencers are often categorized by various specific interests, and will have influences only when there is a big base of followers. When they 'review' products or services, the followers who admire their characters or presenting manners of such influencer will trust as if they were recommended by their close friends rather than feeling being pushed or forced. When sponsorship is offered, that is the starting point of changing passion into profession.

But nothing comes easy nor fast. Having been around for almost 7 years, I Roam Alone, a travel blogger who started her storytelling from letters and photographs and now to video shared that the starting point is the wish to do something she loves as a work. She went all in by traveling, writing diligently, uploading photos constantly until she came into sight of media and publishers. That is the first turning point. This brought her fame and a clear path to work. While video is another changing point that she needs to learn and does everything new by herself, it also allows her followers to get to know more about her, feel really close like real friends, as well as be inspired. Many have then become travel bloggers having I Roam Alone as a model.

Kanpapon started out as a teen actor with a big number of Instagram followers, so he thought that he should do something about that. He takes on his passion for cooking and adds some twists or different angles



such as cooking in a car, cooking for a busy housewife, or cooking in a cat café etc., which is his strong point. This then leads to live streamer on Lazada. Therefore, to be a blogger, you need to find your unique identity and have to be yourselves. Finally there will be followers and a way to go further.

Achita, a beauty blogger, started out with a simple clip featuring hair-styling technique on social cam for friends, but it was shared by a great many. So a hobby changes to a profession. Now even with sponsors, Achita strongly focuses on creating good and useful content. She has worked on this for many years, and never seems to feel tired, and still have more ideas for new production, as it is something she really loves. Although she started out on beauty issue with women being her main follower groups, now Achita expands to create more content on lifestyles as well.

According to the professional influencers, for

newcomers, this job requires different personalities to express. As an influencer who influences followers, he or she should create useful content bringing about something good and creative. Even useful beauty content, when many years pass by, they still work well.

**“Blogger is a job that requires a great deal of patience - patience in travelling, producing content, editing, correcting, and particularly criticism. There are a lot to tradeoffs. But now it is proved that our patience is fruitful, even this is not a standard route of general people life.”**

Monthon Kasantikul  
Influencer: I Roam Alone

---

# **AG TECH & FOOD TECH CONFERENCES**

24 Jul 19

---

---

3.3

# CONFERENCES

---



## UPCOMING INNOVATION TRENDS IN DIGITAL AGRICULTURAL SERVICES AND NOVEL FARMING BUSINESS OF THAILAND

24 July 2019

13:30 – 13:55

HANGAR, Dtac Accelerate

Speaker

**พศ. ดร. สิริวัฒน์ สาครวาสี**

**อาจารย์จากคณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้**

Asst. Prof. Dr. Siriwat Sakhonwasee

Lecturer, Faculty of Agricultural Production, Maejo University



ที่ผ่านมา ประสิทธิภาพการทำการเกษตรในประเทศไทย มีอัตราการเติบโตแค่ 1% โดยสาเหตุสำคัญคือประสิทธิภาพแรงงานที่ค่อนข้างต่ำ การขาดแคลนเทคโนโลยีสารสนเทศ และการขาดแคลนความหลากหลายทางนวัตกรรม ดังนั้น เพื่อเตรียมรับมือกับความต้องการอาหารที่จะผันแปรตามประชากรโลกที่จะเพิ่มสูงขึ้นอีก 70% ภายในปี 2050 เราจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าเราได้พัฒนาไปในทางที่ถูกต้อง ในประเด็นนี้ ผู้เชี่ยวชาญทางอุตสาหกรรมเกษตรได้วิเคราะห์คาดการณ์เทรนด์ทางการเกษตรที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นที่ยอมรับในอนาคต นั่นคือ การเกษตรดิจิทัล เกษตรภาคบริการ และการเกษตรแนวใหม่

การเกษตรดิจิทัลหรือเกษตรออตโตเป็นเทรนด์สำคัญที่ประเทศอื่น ๆ เริ่มใช้กันแล้ว เช่น การใช้แรงงานหุ่นยนต์ที่เข้ามาทดแทนปัญหาขาดแคลนแรงงาน สังคมผู้สูงวัย และการอพยพของคนในชนบทสู่สังคมเมือง นอกจากนี้การใช้ปัญญาประดิษฐ์มาประมวลผลผลิตเพื่อการเก็บเกี่ยว (Data & Image Analysis by AI) ยังเป็นการใช้ AI เข้ามาช่วยเพิ่มความแม่นยำในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ส่วนในการบริการด้าน

การเกษตรนั้น มีแนวโน้มว่าในอนาคต ผู้บริโภคในเขตเมือง จะยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้รับบริการการส่งอาหารแบบ 'ด่วนที่สุด' ซึ่งการใช้หุ่นยนต์ในการส่งอาหารและรับออเดอร์ การบริการก็จะมีมากขึ้น

ในเรื่องการเกษตรแนวใหม่ เทรนด์ที่มาแรงคือ plant factory (ระบบการปลูกพืชที่ควบคุมสภาพแวดล้อม) ขนาดใหญ่ การทำฟาร์มจืดหรือใช้เพื่อเป็นอาหารแทนเนื้อสัตว์อื่น ๆ เพราะให้โปรตีนสูง การทำ urban farming ที่เริ่มแพร่หลายแล้วในหลายเมืองทั่วโลก อย่างบริษัทเฟอริเนเจอร์ IKEA เอง ก็กำลังจะผลิตเฟอริเนเจอร์ให้ผู้บริโภคสามารถใช้เป็นชุดปลูกผักง่าย ๆ ในบ้านหรือคอนโดกลางเมือง และเพื่อรองรับการเกษตรแบบใหม่เป็นการเพาะปลูกในพื้นที่เมือง ในภูมิอากาศที่แตกต่างไปจากเดิม เทรนด์ที่สำคัญอีกเรื่องก็คือ การปรับปรุงพันธุ์พืชเพื่อให้ได้พันธุ์ที่ทนทานแข็งแรงเหมาะกับระบบฟาร์มแบบใหม่นี้

**“คุณค่าอยู่ที่เราจะสามารถรู้ได้ล่วงหน้าเท่าไร ก่อนที่เทรนด์นั้นจะกลายเป็นกระแสหลักขึ้นมา”**



Recently the efficiency of agricultural production in Thailand has had only 1% growth due to relatively low labor efficiency, shortage of information technology and lack of cultural diversity. Therefore, to cope with the higher demand for food resulting from the increasing world population which is expected to rise by 70% by the year 2050, we have to ensure that we are fostering appropriate development. Experts in agricultural industry analyzed and forecast the upcoming agricultural trends including digital agriculture, agriculture for service sector and new farming.

Digital agriculture is a major trend which has already begun in many countries. Examples include the use of automation to solve such problems as labor shortage, entering to aging society, and urbanization. In addition, the use of data and image analysis by AI improves accuracy in crop harvest. As for agriculture for service sector, it is likely that in the future consumers in

urban areas are willing to pay more to get the “fastest” food delivery service, which results in an increase in the use of robots in delivering food and receiving food orders.

Regarding new farming, a major trend is a large plant factory, edible cricket farming that substitutes meat as a source of protein, and increasingly popular urban farming which can be seen from IKEA device used to grow salad in an urban and different climate environment. Another trend is plant improvement for better quality that is suitable for the new system of smart agriculture.

**“ The value is how soon and how far we will be able to realize it before the trend has become the mainstream. ”**

## UNDERSTANDING THE EMERGING AGRICULTURAL INDUSTRY

24 July 2019

14:00 – 14:25

HANGAR, Dtac Accelerate

Speaker

**โฮเซ โทม**

**ผู้ร่วมก่อตั้งและกรรมการผู้อำนวยการ  
ฝ่ายระบบนิเวศของแอดเทค การรา**

José Tomé, Co-founder and Chief Ecosystem Officer, AgTech Garage



ในอนาคต อุตสาหกรรมการเกษตรจำเป็นต้องวางอยู่บนพื้นฐานการทำงานแบบบูรณาการ เกษตรกรต้องสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้ เพื่อนำเอาข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนาการทำงาน ทั้งในเรื่องการบริหารจัดการ การขนส่ง และการแก้ปัญหาในการเพาะปลูก

AgTech Garage จากประเทศบราซิล คือหนึ่งในศูนย์รวมนวัตกรรมทางธุรกิจการเกษตรแห่งแรกของโลก พวกเขาทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มนักวิชาการ กลุ่มนายทุน กลุ่มเกษตรกร กลุ่มคนทำงานในอุตสาหกรรม การเกษตร และกลุ่มสตาร์ทอัพ เพื่อนำเอาเทคโนโลยีไปพัฒนาการเกษตรให้อุตสาหกรรมการเกษตรในประเทศเกิดการแข่งขันและเกิดเป็นการทำงานอย่างยั่งยืน

ในบราซิล AgTech Garage ทำงานใกล้ชิดกับกลุ่มเกษตรกรเป็นอย่างมาก ด้วยหวังจะสร้างระบบนิเวศการ

ทำงานที่ดี ปัจจุบัน AgTech Garage มีเครือข่ายกว้างขวางที่เชื่อมต่อสตาร์ทอัพไว้มากกว่า 350 ราย โดยพวกเขาไม่ได้ตั้งเป้าเครือข่ายไว้ภายในบราซิลเท่านั้น แต่ต้องการขยายไปทั่วโลก ยกตัวอย่างพาร์ทเนอร์ที่มีแนวโน้มว่าจะทำงานร่วมกัน เช่น กลุ่มสตาร์ทอัพในอิสราเอล แอฟริกาใต้ และซิลิคอนวัลเลย์

ล่าสุด AgTech Garage ยังเปิดโครงการ AgTech Valley: Vale do Piracicaba ที่ต้องการรวบรวมความหลากหลายทางองค์ความรู้เข้าไว้ด้วยกัน โดยสตาร์ทอัพที่สนใจสามารถสมัครร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการนี้ได้

“ เครือข่ายของเราไร้ซึ่งพรมแดน ”



In the future the fundamental approach of agricultural industry is integration. Farmers have to be able to access sources of information in order that they utilize information in developing work processes from management, logistics to agricultural solution.

AgTech Garage, Brazil, is one of the world's first centers of business innovations bringing together academics, investors, farmers, agricultural industry workers, and startups to utilize technology to develop agriculture which results in competition among domestic agricultural industries and thus sustainability.

In Brazil, AgTech Garage works closely with farmer groups in the hope that it will create efficient work ecosystem. Currently AgTech Garage has an extensive

network that links more than 350 startups all together. However, the set target is not only limited in Brazil, but worldwide. Some examples of potential partners include startups in Israel, South Africa, and Silicon Valley.

Recently AgTech Garage has initiated AgTech Valley: Vale do Piracicaba in which bodies of knowledge are integrated and opened for interested startups to take part in the project.

**“ Our network has no border. ”**

## OPPORTUNITY AGTECH/ FOODTECH BECOME UNICORNS

24 July 2019

14:30 – 14:55

HANGAR, Dtac Accelerate

Speaker

**มณฑา ไก่ศิรัญ**

**ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม**

**ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม**

**สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)**

Montha Kaihirun

Innovation Councillng Manager,

National Innovation Agency (Public Organization)



ที่ผ่านมา AgTech/FoodTech ได้สร้าง ‘สตาร์ทอัพยูนิคอร์น’ ขึ้นมากมายทั่วโลก เช่น ‘เหม่ยไซ’ แอปพลิเคชันขายผักสดในประเทศจีนที่ตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางขายผักให้เกษตรกรส่งร้านอาหารในประเทศจีน 10 ล้านแห่ง โดยผู้ก่อตั้งเหม่ยไซเป็นนักวิทยาศาสตร์สร้างจรวดมาก่อน แต่เพราะเป็นลูกเกษตรกร มีความหลงใหลในทางเกษตร จึงเอาความรู้ด้านเทคโนโลยีมาทำธุรกิจการเกษตร หรือ SoftBank ก็ลงทุนกว่า 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ให้สตาร์ทอัพ Plenty Inc พัฒนาธุรกิจการปลูกผักแนวตั้งในร่ม (Urban/Vertical Farming) ซึ่งปัจจุบันนี้ในหลายประเทศก็เริ่มทำกันมากขึ้นแล้ว ดังนั้นเราจะเห็นว่า โอกาสการลงทุนใน AgTech/FoodTech มีอยู่มากมาย ขึ้นอยู่กับว่าสตาร์ทอัพแต่ละราย มีความพร้อมและหา business model ที่เหมาะสมได้หรือไม่

ในประเด็นนี้ ศูนย์สร้างสรรค์ธุรกิจนวัตกรรมทางเกษตร (Agro Business Creative Center หรือ ABC Center) จะทำหน้าที่ผลักดันภาคการเกษตรไทยจาก ‘เกษตรแบบดั้งเดิม’ ไปสู่ ‘เกษตรอุตสาหกรรม’ โดยสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยง แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ในทุกภาคส่วน ในปัจจุบัน

ABC Center ยังพยายามพัฒนาระบบเพื่อรวบรวมให้ทุกภาคส่วนเข้ามารวมอยู่ในที่เดียวกัน และสร้างเวทีให้สตาร์ทอัพได้พบกับนักลงทุน รวมทั้งช่วยเหลือในการเจรจาต่อรอง เมื่อเร็ว ๆ นี้ ทาง ABC Center ยังพาสตาร์ทอัพจากไทย 4 ราย ไปเรียนรู้ด้านธุรกิจที่น่าสนใจในประเทศเนเธอร์แลนด์อีกด้วย

ในประเทศไทยเอง ตลาดใน AgTech/FoodTech มีขนาดใหญ่ไม่แพ้ประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะว่าเรามีจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นโดยเฉลี่ย 40% ซึ่งจะทำให้เกิดความต้องการอาหารเพิ่มมากขึ้นตามมา

**“ไม่แน่ Unicorn ที่รออยู่ของประเทศไทย อาจจะมาจาก AgTech/FoodTech Startup ก็ได้”**



A large number of “startup unicorns” in AgTech/ Food Tech have recently been developed worldwide. One example is Meicai, a Chinese startup that connects vegetable farmers with restaurants. It focuses on the supply chain of agricultural produce with the aim of supplying 10 million restaurants in China with fresh vegetables. The founder of Meicai was a rocket scientist. However, with passion for agriculture, the son of a farmer has in turn applied his great knowledge of technology to agriculture. Another example is SoftBank which invested more than USD 200 million in Plenty Inc, a startup that developed urban/vertical farming, a trend increasingly popular in many countries. It is evident that investment opportunities in AgTech/FoodTech are tremendous, and success of business is dependent on its readiness as well as appropriate business model.

The main function of Agro Business Creative Center—ABC Center— is to propel Thai agriculture

into the transformation from “traditional agriculture” to “industrial agriculture” which can be achieved by mobilizing support through linking and interchanging information among all sectors. Currently ABC Center is developing the system that integrates sectors all in one place and creating a platform that brings together startups and investors, as well as facilitating negotiation. Also ABS Center recently took four Thai startups to the Netherlands to take business lessons.

In Thailand, AgTech/Food Tech market opportunities are as good as those in many other countries particularly when taking into account an increase in the number of population on average by 40%, resulting in higher demand for food.

**“ It is possible that the unicorn we are waiting for comes from Thailand. ”**

## THE SECRETS TO SCALE BUSINESS IN SOUTHEAST ASIA

24 July 2019

15:00 – 15:25

HANGAR, Dtac Accelerate

Speaker

**โซมิล ชาร์**

**ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร อีเนอร์กาย่า**

Saumil Shah

Founder and CEO, EnerGaia



จากการคาดการณ์ว่าภายในปี 2050 โลกจะมีประชากรเพิ่มขึ้นเป็น 9.7 พันล้านคน ซึ่งจะก่อให้เกิดความต้องการอาหารเพิ่มมากขึ้นถึง 70% บริษัท EnerGaia จึงหันไปหาสาหร่ายสไปรูลิน่าที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง พวกเขาพัฒนาการทำฟาร์มสาหร่ายสไปรูลิน่าขึ้น โดยเป็นฟาร์มที่ลดการใช้น้ำและสามารถนำไปปรับเพื่อใช้ปลูกที่ไหนก็ได้ในโลก นอกจากนี้พวกเขายังปรับปรุงให้สาหร่ายสไปรูลิน่ากลายเป็นเมนูอาหารที่รับประทานได้ง่าย เช่น ไอศกรีม พาสต้า สมูทตี้ ขนมปัง เป็นต้น

แม้ว่าในตอนนี้อาจมีความต้องการสาหร่ายสไปรูลิน่าจะไม่มีมาก แต่พวกเขามองเห็นตลาดที่กำลังโตอย่างต่อเนื่องสวนทางกับเนื้อสัตว์ทางธรรมชาติที่กำลังค่อย ๆ ลดลง ในประเด็นนี้ Saumil Shah ผู้ก่อตั้งและ CEO ของ EnerGaia กล่าวว่า บางทีสตาร์ทอัพก็อาจจะมาเร็วกว่าความต้องการของตลาด แต่เราจำเป็นต้องมองเห็นในภาพใหญ่เพื่อที่จะเตรียมการและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนั้น สตาร์ทอัพจำเป็นต้องมีที่ปรึกษาทางกฎหมายที่สามารถดูแลเรื่องเอกสารทางการเงินต่าง ๆ และ

ช่วยวางแผนเกี่ยวกับการลงทุน สตาร์ทอัพยังต้องเตรียมรับมือเรื่องกระแสเงินสด (cash flow) ที่อาจติดขัดเพราะไม่สามารถปิดการลงทุนได้ภายในระยะเวลาที่คาดไว้ในกรณีนี้เอง การหาผู้ร่วมลงทุนอาจเป็นความคิดที่สมควรได้รับการพิจารณา เพราะนอกจากจะช่วยลดความเสี่ยงเรื่องเงินทุนแล้ว การมีผู้ร่วมทุนหลายรายก็หมายถึงผู้ร่วมงานที่มีความสามารถต่าง ๆ กันไป อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญคือผู้ร่วมทุนจำเป็นต้องมีความสนใจและเข้าใจในธุรกิจนั้น ๆ ตรงกัน

“ เวลาหาทุน อย่าหาแต่เฉพาะนายทุนที่ต้องการสิ่งที่คุณมีเท่านั้น แต่จงหานายทุนที่มีในสิ่งที่คุณต้องการด้วย ”



A large number of “startup unicorns” in AgTech/ Food Tech have recently been developed worldwide. One example is Meicai, a Chinese startup that connects vegetable farmers with restaurants. It focuses on the supply chain of agricultural produce with the aim of supplying 10 million restaurants in China with fresh vegetables. The founder of Meicai was a rocket scientist. However, with passion for agriculture, the son of a farmer has in turn applied his great knowledge of technology to agriculture. Another example is SoftBank which invested more than USD 200 million in Plenty Inc, a startup that developed urban/vertical farming, a trend increasingly popular in many countries. It is evident that investment opportunities in AgTech/FoodTech are tremendous, and success of business is dependent on its readiness as well as appropriate business model.

The main function of Agro Business Creative Center - ABC Center - is to propel Thai agriculture

into the transformation from “traditional agriculture” to “industrial agriculture” which can be achieved by mobilizing support through linking and interchanging information among all sectors. Currently ABC Center is developing the system that integrates sectors all in one place and creating a platform that brings together startups and investors, as well as facilitating negotiation. Also ABS Center recently took four Thai startups to the Netherlands to take business lessons.

In Thailand, AgTech/Food Tech market opportunities are as good as those in many other countries particularly when taking into account an increase in the number of population on average by 40%, resulting in higher demand for food.

**“ You need to find investors that not only you fit what they are looking for, but they fit what you need ”**



## THE ROLE OF ACCELERATORS IN FEEDING THE WORLD

24 July 2019

15:30 – 16:15

HANGAR, Dtac Accelerate

### Speakers

- **พ็อตร์ กราโบสกี ผู้ร่วมก่อตั้ง**  
**ฟู้ดเทค ดอท เอช**
- **เซมิ ฮาคิม ผู้ร่วมก่อตั้ง ค็อก โปรเจกต์**
- **คริสตินา เซนน์ จากีอบเซน หัวหน้าแผนก**  
**เทคโนโลยีอาหารและค้าปลีกของคิกสตาร์ท**
- **มาททิอัส ชมิทท์-เร็กซ์ ประธานเจ้าหน้าที่**  
**บริหารของสมาร์ทเฮคเตอร์ อินโนเวชัน จีเอ็มบีเอช**

- Piotr Grabowski, Co-founder,  
foodtech.ac
- Semi Hakim, Co-founder, Kök Projekt
- Christina Senn Jakobsen, Food and  
Retail Tech Vertical Lead, KICKSTART
- Matthias Schmidt-Rex, CEO,  
SmartHecter Innovation GmbH

### ผู้ดำเนินรายการ

- **มนีรัตน์ ว่องเจริญพร นักส่งเสริมนวัตกรรม**  
**สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)**

### Moderator

- Maneerat Wongjaroenporn, Innovation  
Counsellor, National Innovation Agency  
(Public Organization)

บทบาทของ accelerator คือการช่วยเหลือให้สตาร์ทอัพกลายเป็นผู้ประกอบการ ช่วยสตาร์ทอัพตัดสินใจในเรื่องต่างๆ และพาสตาร์ทอัพก้าวข้ามผ่านกระบวนการที่ยากเข็ญต่างๆ ไปได้ด้วยดี

ไม่เพียงเท่านั้น เพราะ accelerator ยังต้องประสานงานกับฝ่ายองค์กร/นักลงทุน เพื่อผลักดันให้องค์กรมองเห็นข้อเท็จจริงว่า พวกเขาไม่สามารถสร้างสรรค์ทุกอย่างขึ้นมาใหม่ได้ด้วยตัวเอง แต่หลายครั้งจำเป็นต้องพึ่งความสามารถของสตาร์ทอัพ องค์กรและสตาร์ทอัพจำเป็นต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน ในขณะที่สตาร์ทอัพต้องการตลาดและเงินทุน องค์กรและนักลงทุนก็ต้องการพลังแห่งการสร้างสรรค์สิ่งใหม่

ปัจจุบัน accelerator หันมาให้ความสนใจตลาดของ AgTech/FoodTech ด้วยเหตุว่าเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพในการเติบโตเป็นอย่างมาก โดยการเติบโตนั้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากวิกฤตที่ทั่วโลกกำลังเผชิญและมีแนวโน้มว่าจะเผชิญมากขึ้นในอนาคต นั่นคือ หนึ่ง-การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่จะส่งผลกระทบต่อการเพาะปลูกแบบเดิม ๆ สอง-ความ

ต้องการอาหารที่มากขึ้น ทำให้เราจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตขึ้นใหม่ และสาม-ปัญหาสุขภาพของประชากรโลกที่เกิดจากการบริโภค คือ บริโภคมากเกินไปและบริโภคสารอาหารที่จำเป็นไม่เพียงพอ ซึ่งทั้งสองประการส่งผลเสียต่อสุขภาพเหมือนกัน

accelerator จากทั้ง 4 แห่ง ที่เข้าร่วมการสนทนาครั้งนี้ ต่างมองหาสตาร์ทอัพจากประเทศไทยด้วยกันทั้งนั้น โดยพวกเขาแนะนำให้สตาร์ทอัพชาวไทยมองหาตลาดที่กว้างขึ้นมากกว่าภายในประเทศ ที่สำคัญ สตาร์ทอัพต้องมั่นใจว่าตนเองเข้าใจโมเดลธุรกิจที่ตนเองกำลังทำตลาดอยู่

**“ ถ้าคุณมีฝัน ออกไปล่าฝันของคุณ แต่อย่าลืมว่าคุณต้องการทีมช่วยเหลือด้วย ”**

คริสตินา เซนน์ จากีอบเซน  
หัวหน้าแผนกเทคโนโลยีอาหารและค้าปลีกของคิกสตาร์ท



The role of an accelerator is to foster and develop startups into entrepreneurs by helping make a decision especially when encountering difficulties.

Not only that, an accelerator will have to collaborate with organizations and investors in giving a clear demonstration of the fact that not everything can be created by organizations themselves but are at times essential to rely on startups' capabilities. It could be therefore argued that organizations and startups are actually interdependent. While startups are in need of market and capital, organizations and investors need power of creativity.

Accelerators currently have a strong interest in AgTech/FoodTech due to its massive size and great potential. The growth results from the world crises including climate change which affects traditional farming, higher demand for food which leads farmers to

change the methods of production, and health-related problems caused by overconsumption and nutritional deficiencies.

In this conference four accelerators who are looking for some Thai startups suggested that Thai startups should enter international market. It is noted, however, that they should really understand business model of the market they are developing.

**“ Go for your dream, but you need a team. ”**

Christina Senn Jakobsen,  
Food and Retail Tech Vertical Lead, KICKSTART

## FOOD AND AGRICULTURE IS EVERYWHERE: ACCELERATOR PROGRAM IN THAILAND

24 July 2019

16:20 – 16:50

HANGAR, Dtac Accelerate

### Speakers

- **จอห์น แครน** ที่ปรึกษาด้านการเงินของเนสท์ วิช
- **เอเดรียน ตัน** หัวหน้าสาขาของวี เวิร์ค แล็บ สาขาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- **เฉลิมยุทธ บุญมา** หัวหน้าแผนกโครงการอบรม และชุมชนของดีแทค แอคเซอเรเตอริส จีเอ็มบีเอช

- John Crane, Financial Consultant, Nest vc.
- Adrian Tan, Head of Labs, WeWork Labs Southeast Asia
- Chalermmyuth Boonma, Head of Bootcamp and Community, Dtac Accelerate

### ผู้ดำเนินรายการ

- **จิตรภณ จิรกุลสมโชค** นักพัฒนานวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

### Moderator

- Jittrapon Jirakulsomchok, Innovation Developer NIA

ตลาดของ AgTech/FoodTech ในประเทศไทยกำลังเป็นที่น่าสนใจอย่างมาก เพราะประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญและมีการทำเกษตรกรรมเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ภาครัฐยังให้ความสนใจ มีการจัดโครงการ Young Smart Farmer ทั้งหมดนี้เองจึงทำให้ประเทศไทยมีลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการเติบโตของสตาร์ทอัพ และปัจจุบันองค์กรขนาดใหญ่หลายแห่งก็ยินดีที่จะก้าวเข้ามาร่วมงานกับสตาร์ทอัพ

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังคงเป็นปัญหาที่ทำนายสำหรับสตาร์ทอัพและนักลงทุนคือ หนึ่ง-การนำเทคโนโลยีเข้าไปให้กับเกษตรกรทำความเข้าใจและคุ้นเคย เพราะเกษตรกรจำนวนมากไม่น้อยยังคงลังเลที่จะเปิดรับเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้าไปใช้ ซึ่งเกษตรกรมองว่าอาจเป็นความเสี่ยงที่มากเกินไป และสอง - ความท้าทายในการระดมทุน ซึ่งเป็นความท้าทายของสตาร์ทอัพในทุกวงการ

ในประเด็นนี้ accelerator ได้พยายามช่วยเหลือให้เกษตรกรได้เรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ยกตัวอย่างเช่น

TechFarm ที่มักลงพื้นที่เพื่อจัดเวิร์คช็อปเคลื่อนที่ให้กับกลุ่มเกษตรกร เช่นเดียวกับ Dtac Accelerator ที่จัดเวิร์คช็อปเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานในการผลิตสินค้า เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การหาทุน ฯลฯ เพื่อให้สตาร์ทอัพแต่ละที่สามารถสร้างความน่าสนใจของตัวเองขึ้นมาได้ และนำไปดึงดูดนักลงทุนต่อไป

**“เรามีเทคโนโลยีและคนเก่ง ๆ อยู่ทุกหนทุกแห่ง เพราะฉะนั้นวิธีการแก้ปัญหามากมายก็รอเราค้นพบอยู่ตรงนั้นเอง ”**

เอเดรียน ตัน  
หัวหน้าสาขาของวี เวิร์ค แล็บ  
สาขาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



Presently Thai market for AgTech/FoodTech offers considerable potential due to the fact that Thailand is predominantly an agricultural country and thus an excellent source of food production. In addition, the government sector has a strong interest in AgTech/FoodTech and therefore organizes Young Smart Farmer project. It could then be argued that Thailand is ideal for the growth of startups, meanwhile, organizations are eager to collaborate with startups.

However, there are a few challenges including an introduction of technology to the farmers who are still reluctant to open up for new agricultural technology which they consider risky, and fund raising which is a major challenge of startups of all fields.

In fact, accelerators try to help farmers to learn new technology, for example, TechFarm, which organizes mobile workshops for farmer groups; dtac Accelerator,

which sets up workshops on fundamental knowledge of production of goods such as product design, capital raising and so on, so that startups can develop themselves and attract investors.

**“A lot of technology and smart people is everywhere, so a lot more product solution is out there.”**

Adrian Tan,  
Head of Labs, WeWork Labs Southeast Asia

---

# **MEDICAL & HEALTHTECH CONFERENCES**

---

---

3.4

# CONFERENCES

---

## HEALTHTECH INNOVATION TRENDS IN THAILAND

23 July 2019

13:30 – 13:50

NIA

Speaker

**ผศ. ดร. พว. กฤษณ์ พงศ์พิรุฬห์**

Krit Pongpirul, MD, MPH, PHD.



สำหรับสตาร์ทอัพที่กำลังมองหาโอกาสในการทำงานด้านเทคโนโลยีสุขภาพ ปัจจุบันมีแพลตฟอร์มมากมายที่ช่วยสนับสนุนแนวคิดในการทำงานให้เป็นจริง เกิดเป็นเทรนด์เทคโนโลยีและบริการใหม่ที่เกิดขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการรักษาโรคและการดูแลสุขภาพโดยเฉพาะ ตัวอย่างเช่น GR-DR โครงการที่ระหว่าง Google กับโรงพยาบาลราชวิถีในการพัฒนาแพลตฟอร์มที่ใช้กับคนไข้ในชนบท โครงการใหม่ ๆ มากมาย อย่างเช่นแอปพลิเคชันจาก MOPH โดยกระทรวงสาธารณสุข หรือโครงการ Ambulance Operating Center (AOC) แพลตฟอร์มที่มีแนวคิดใช้การข้อมูลเข้าไปเป็นตัวกลางเพื่อให้รถฉุกเฉินสามารถให้บริการได้อย่างปลอดภัย

เทรนด์ด้านนวัตกรรมสุขภาพที่น่าจับตามองคือการใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์เข้ามามีส่วนร่วมในการรักษามากขึ้น อย่างเช่นการพัฒนาชุดคำสั่งเพื่อการคัดกรองวินิจฉัยโรคในระยะเริ่มต้น เพื่อพยายามที่จะเข้าใจโรคและหาวิธีการตรวจวินิจฉัยและรักษาได้ทัน่วงที่ พัฒนา AI จากพื้นฐานข้อมูลทางประชากรในพื้นที่เพื่อวิเคราะห์โรค หรือใช้นวัตกรรม Machine Learning ออกแบบชุดคำสั่งเพื่อพัฒนาเรื่องระบบไตโดยเฉพาะ โดยใช้ Machine Learning เข้ามาเป็นเครื่องมือประมวลผลได้อย่างแม่นยำ หรือแอปพลิเคชัน HUSS: Herbal Use Safety

Score แอปให้คะแนนความปลอดภัยก่อนใช้สมุนไพร ปรับแอปให้เป็นเครื่องมือที่ใช้งานง่าย วิเคราะห์ผลจากข้อมูลและบันทึกการใช้สมุนไพรของผู้ป่วย นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพเหล่านี้จึงเป็นการคิดค้นขึ้นมาเพื่อสร้างประโยชน์ไม่ใช่แค่สำหรับคนไข้ แต่ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างโรงพยาบาลและสาธารณสุขก็สามารถเข้าถึงข้อมูลและใช้ประโยชน์เพื่อการรักษาอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

“จินตนาการว่าถ้าหากคุณต้องการแพทย์ที่ดีที่สุดที่สามารถบอกหรือแนะนำให้กับคนที่อยู่ไกลออกไป หมอต้องฉลาดมาก ๆ แพลตฟอร์มจึงเป็นสื่อกลางที่ช่วยเชื่อมต่อคนไข้กับแพทย์”



For those startups looking for an opportunity in the health industry, nowadays there are a number of platforms that support and materialize the ideas, bringing about a new technology trend and services that facilitate medical treatment and healthcare in particular. Some examples include GR-DR, a collaborative project between Google and Rajavithi Hospital that develops a platform for patients in rural areas; an application MOPH by Ministry of Public Health; and Ambulance Operating Center (AOC), a platform that uses data for an ambulance to provide service with safety.

The noteworthy trend in health innovation is the utilization of AI as part of medical treatment, for example, the development of a set of commands to screen tuberculosis in the early stage so that the disease is better understood and a treatment can be made soon after the patient is diagnosed. The development of AI is based on the demographic information of the people in the area which is used to diagnose the disease. Also Machine Learning is used to design a set of commands

to develop the system for data processing for kidneys. In addition, an application HUSS: Herbal Use Safety Score which evaluates the safety of herbal remedies is developed as an easy-to-use tool that analyzes the patients' details and records of herbal treatment. Such innovation and technology are developed not for the patients only, but for other relevant organizations like hospitals and public health agencies to access information necessary for the treatment with highest efficiency.

**“Imagine if the best doctor is needed to give advice to patients who live remotely, he or she must be highly competent enough to do so without seeing them in person. To ensure the effectiveness of the treatment, this platform is created as a communication tool between doctors and patients.”**



## MEDICAL & HEALTH ECOSYSTEM FOR QUALITY OF LIFE

23 July 2019

13:50 – 14:30

NIA

Speakers

• ลอเรน แวน ฮอน

กรรมการผู้จัดการ สถาบันสุขภาพและเทคโนโลยีแห่งอัมสเตอร์ดัม เนเธอร์แลนด์

• ดร. สุวิทย์ วิบูลย์ผลประเสริฐ

รองประธานและกรรมการผู้จัดการ มูลนิธิเพื่อการพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ โครงการประเมินเทคโนโลยีและนโยบายด้านสุขภาพ และประธานโครงการย่านนวัตกรรมกรรมการแพทย์โยธี

• จักร โกศลยัต

นายกสมาคมเทคโนโลยีสุขภาพแห่งประเทศไทย

• Laurens Van Hoorn, Managing Director of Amsterdam Health & Technology Institute, Netherlands

• Dr. Suwit Wibulpolprasert, M.D. Vice Chair of International Health Policy Program Foundation (IHPF), Health Intervention and Technology Assessment Foundation (HITAF) and President of Yothi Medical Innovation District: YMID

• Juk Kosalyawat, President of Thai Healthtech Association

สุขภาพที่ดีนั้นมาพร้อมกับระบบการให้บริการที่ดีที่ส่งเสริมทุกภาคส่วนให้ขับเคลื่อนไปพร้อมกัน ในประเทศไทยมีทั้งโรงพยาบาลรัฐ เอกชน สาธารณสุข และสาขาวิชาทางการแพทย์ในสถาบันการศึกษาหลายระดับ ด้วยการสนับสนุนจากรัฐและสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ทำให้เกิดองค์ความรู้และบริการที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ ในอัมสเตอร์ดัมมีทั้งการจัดสรรงบประมาณไปกับอุตสาหกรรมด้านสุขภาพ มีการก่อตั้งสถาบันด้านสุขภาพและเทคโนโลยีเพื่อเป็นหน่วยงานไม่แสวงหากำไรที่มีเป้าหมายเพื่อเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมต่อระหว่างภาครัฐและเอกชน ทำงานร่วมกับภาครัฐ พันธมิตร และสถาบันการศึกษาจำนวนมาก พัฒนาระบบวิทยาศาสตร์ในอัมสเตอร์ดัมเพื่อสร้างระบบเมืองที่เป็นมิตรต่อสุขภาพ จัดสรรงบประมาณทั้งสำหรับสตาร์ทอัพ เอสเอ็มอี และองค์กร เริ่มมีการมาตั้งศูนย์ในกรุงเทพฯ และกระจายเป็นภูมิภาคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เชื่อมต่อสตาร์ทอัพในประเทศสู่การลงทุนในระดับโลก ช่วยในเรื่องการเงินและการวิจัยทางการตลาด

ในบริบทประเทศไทย สมาคมเทคโนโลยีสุขภาพแห่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่พยายามเชื่อมต่อสร้างเป็นระบบนิเวศด้านสุขภาพในประเทศ เพราะมองเห็นว่าเทคโนโลยีสุขภาพของไทยเต็มไปด้วยเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กที่พยายามหาทางแก้ปัญหาด้านสุขภาพ จึงควรมีแพลตฟอร์มเชื่อมต่อผู้ซื้อและตลาดเข้าไว้ด้วยกัน อนาคตการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในประเทศไทยยังขาดบริการด้านการรักษาที่ไม่ครอบคลุม ทั้งยังไม่ได้มีการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นโอกาสสำหรับสตาร์ทอัพในการสร้างสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ที่มาตอบรับกับความต้องการด้านสุขภาพ

**“เปลี่ยนจากการพัฒนาเทคโนโลยีสุขภาพนวัตกรรมที่พัฒนาคุณภาพชีวิต ที่ไม่ใช่แค่ในพื้นที่เมือง แต่หมายถึงทุกพื้นที่ในประเทศไทยหรือพื้นที่ต่าง ๆ ในโลก”**

ดร. สุวิทย์ วิบูลย์ผลประเสริฐ



Good health comes along with good public health services which drive all relevant sectors together. Thailand has public hospitals, private hospitals, public health offices, and a wide range of medical departments in many universities supported by the government and National Innovation Agency (NIA), which create a body of knowledge and services that lift up the quality of life of people in the country. In Amsterdam, there are a number of public health promotion projects, for example, the allocation of budget for health-related industry, the founding of health and technology institutions as a non-profit organization to be the center of interconnection between the government and private sectors, as well as to collaborate with them and academic institutions to develop science district and build a health-friendly city. Also the budget is allocated for startups, SMEs, and organizations. Today there is an establishment of a center in Bangkok and is distributed in the region of Southeast Asia, connecting the local startups with global investment and giving financial aids and

marketing research.

In the Thai context, Health Technology Association in Thailand is one of the organizations that connects others and builds an ecosystem of health within the country. Realizing that Thai health technology has SMEs which seek to solve health problems, the association believes that there should be a platform linking buyers and market together. Thailand is entering the aging society; however, it lacks medical services to deal with the change and new technology is still inadequate. So it is an opportunity for startups to provide new products and services that match the health-related needs.

**“The development of health technology and innovation that develops the quality of life must be extended from the urban areas to everywhere in the country or even the world.”**

Dr. Suwit Wibulpolprasert

## THERAPEUTIC DRUG MANAGEMENT SOFTWARE

23 July 2019

14:30 – 14:50

NIA

Speaker

**ชาม ฟาร์ราจ**

**ผู้จัดการแห่ง Mediware**

**(ตะวันออกกลางและเอเชีย)**

M.Sameh Farrag

Manager for the Middle East and Asia, Mediware



Mediware คือศูนย์กลางทางเทคโนโลยีและ e-health โดยมีผลิตภัณฑ์หลากหลายที่ครอบคลุมการรักษาหลากหลายประเภท โดยซอฟต์แวร์ Therapeutic Drug Management การจัดการการตรวจและควบคุมระดับยาในเลือด (Therapeutic Drug Monitoring: TDM) ระบบการจัดการนี้เกิดขึ้นจากการรวมกันของ 2 ซอฟต์แวร์คือ MwPharm ซอฟต์แวร์ตรวจและควบคุมระดับยาในเลือด และ EDSIM เครื่องมือต้นแบบเภสัชจลนศาสตร์และเภสัชพลศาสตร์ เพื่อเฝ้าดูระดับความเข้มข้นของยาที่อยู่ในพลาสมาระหว่างการเข้ารับรักษาของคนไข้ เพื่อให้สามารถกำหนดระดับยาได้อย่างเหมาะสม ประโยชน์ของการตรวจและควบคุมระดับยาในเลือดคือ การลดผลข้างเคียงของยาที่เกิดขึ้น กำหนดปริมาณยาที่เหมาะสมในคนไข้แต่ละคน ป้องกันการเกิดฤทธิ์ยาเป็นพิษ และวินิจฉัยความล้มเหลวในการรักษาได้ ซึ่งซอฟต์แวร์นี้นำข้อมูลของระดับยาที่อยู่ในพลาสมาของคนไข้มาคำนวณปริมาณยาที่เหมาะสม

ได้อย่างอัตโนมัติสำหรับคนไข้แต่ละคนโดยเฉพาะ เหมาะสำหรับการใช้งานในโรงพยาบาล ปัจจุบันมีการใช้งานทั่วโลก ทั้งในอเมริกาเหนือและใต้ ทวีปยุโรป เอเชีย ในประเทศไทย มีการร่วมมือกับคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ในการใช้ซอฟต์แวร์นี้

“เพราะเราแต่ละคนไม่เหมือนกัน มีระดับในการรับยาเข้าสู่ร่างกายที่ไม่เหมือนกัน ความเข้มข้นของยาและการใช้ซอฟต์แวร์นี้จึงเป็นตัวกำหนดให้คนไข้ได้รับผลจากยาได้อย่างถูกต้องแม่นยำมากที่สุด”



Mediware is a center of technology and e-health providing a wide range of products covering various kinds of treatment with the software Therapeutic Drug Management in which Therapeutic Drug Monitoring: TDM is used. It is developed by a combination of two software including MwPharm which detects and controls the medicine level in the patient's blood, and EDSIM, a modeling tool of pharmacokinetics and pharmacodynamics used to monitor the intensity of medicine in the patient's plasma during treatment so that the correct dose is administered. The advantages of detecting and controlling the medicine level in blood include reducing drug side effects, administering the correct dose for each patient, preventing drug toxicity, and identifying treatment failure. This software uses

information of the medicine level in the patient's plasma to automatically calculate the correct dose for each patient. It is suitable for use in hospitals, and currently it is being used in North America, South America, Europe, and Asia. In Thailand, the software is used in collaboration with Faculty of Pharmaceutical Sciences.

**“Because our bodies are different from one another. Some have a high metabolism while low in others. That means our drug absorption rates vary. This software helps ensure optimal drug effect for each patient, taking into account the concentration of drugs.”**

## MICROBIOME, A NEW BIOTHERAPEUTIC TECHNOLOGY FOR GUT HEALTH AND DIGESTIVE DISEASES

23 July 2019

14:50 – 15:10

NIA

Speaker

**โจนาราน ไควว**

**ผู้บริหารเอเชียไบโอม ฮองกง**

Jonathan Krive

CEO of AsiaBiome, Hong Kong

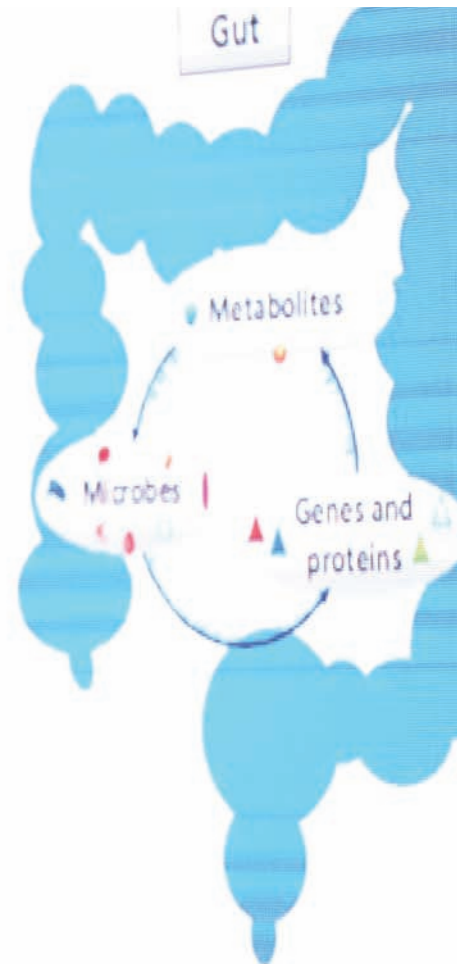


ในร่างกายมนุษย์เรามี DNA ที่มาจากแบคทีเรีย จุลินทรีย์ มีถิ่นจากไมโครไบโอม (จีโนมของจุลินทรีย์ทั้งหมดที่อาศัยในร่างกายของสิ่งมีชีวิตอีกชนิดหนึ่ง) วิทยาศาสตร์ร่างกายมนุษย์สมัยใหม่จึงเป็นเรื่องของไมโครไบโอม เพราะร่างกายของเรามีแบคทีเรีย, เชื้อรา, โปรโตซัว, ไวรัส มากกว่า 100 ล้านล้านหน่วยอยู่ภายใน พื้นที่ส่วนใหญ่ของไมโครไบโอมอยู่ที่ลำไส้ของมนุษย์ซึ่งเป็นหนึ่งในระบบร่างกายที่มีความซับซ้อนมากที่สุด โดยลำไส้ทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านของแบคทีเรีย, เชื้อรา, โปรโตซัว, ไวรัสให้อาศัยอยู่ ดังนั้น อาหารที่กินเข้าไปทั้งหมดจึงเป็นการป้อนเข้าไปยังระบบนิเวศของสิ่งมีชีวิตเหล่านี้ด้วยเช่นกัน เป็นเหตุผลว่าทำไมอาหารและโภชนาการจึงเป็นเรื่องสำคัญ

ไมโครไบโอมเป็นนวัตกรรมทางการแพทย์ที่เป็นปรากฏการณ์ในการป้องกันโรคและรักษาโรคได้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ไมโครไบโอมกระจายอยู่ทุกส่วนในร่างกาย มีลักษณะเฉพาะที่แปรผันตรงกับอาหารที่กิน ตัวอย่างเช่นในเอเชียที่มีการกิน

ซูชิในญี่ปุ่น กิมจิในเกาหลี เก๋ียวโนจีน ก็เป็นสร้างไมโครไบโอมเฉพาะท้องถิ่นขึ้นมาได้ อนาคตอันใกล้ ข้อมูลจากไมโครไบโอมสามารถนำมาพัฒนาเป็นยาได้ ด้วยการแยกแบคทีเรียออกมาเพื่อทดสอบและสร้างเป็นยาหรือการรักษาด้วยการย้ายไมโครไบโอมที่สุขภาพดีมาไว้ในร่างกายผู้ป่วยเพื่อรักษาโรค

“เราเป็นมนุษย์หรือไม่? ร่างกายเรามีแบคทีเรีย จุลินทรีย์ เชื้อราจำนวนมากอาศัยอยู่ในร่างกาย เรามีพันธุกรรมจากแบคทีเรีย เรามีถิ่นจากจีโนมของจุลินทรีย์ หรือบางครั้งเราอาจจะเป็นยานที่ขนส่งแบคทีเรียขนาดจิ๋วก็เป็นได้”



In a human body, there is DNA from bacteria, and microorganisms from microbiome (genomes of all microorganisms living in the body of a living thing). Science of human bodies in modern times is therefore about microbiome because there are more than 100 trillion microbes—bacteria, fungi, protozoa, and viruses, the bulk of which live in our gut, one of the most complex systems in a human body which hosts those microbes. Therefore the food intake of human is, too, the food for the microbe ecosystem and this is why food and nutrition is important.

Microbiome is a phenomenal medical innovation that has been used to prevent and cure diseases since the past five years. It spreads out in every part of human body and has a specifically varied quality in line with the food. For example, eating Asian food like

Japanese sushi, Korean kimchi and Chinese wonton contributes to the creation of some specific biomes in one's stomach. In the near future the information received from the biome will be developed into a medicine by extracting bacteria for testing and being developed as a medicine, or transferring healthy biome to a patient's body for curing the disease.

**“Are we a human? There are plenty of bacteria, microorganisms, and fungi residing in our body. We inherit traits from bacteria passed down from our ancestors, and obtain genomes from microorganisms. Maybe we are just vehicles for these microorganisms.”**

## PANOXYVIR: A NEW ANTIVIRAL FRONTIER

23 July 2019

15:10 – 15:30

NIA

Speaker

**ศาสตราจารย์ เดวิด ลิมโบ**

**หัวหน้าห้องปฏิบัติการไวรัสวิทยาและศูนย์วิจัย  
การต่อต้านไวรัส ฝ่ายคลินิกและวิทยาศาสตร์ชีววิทยา  
มหาวิทยาลัยตูริน**

Prof. David Lembo

Head, Laboratory of Molecular Virology and  
Antiviral Research, Dept. of Clinical and Biological  
Sciences, University of Turin



ปัจจุบันทั่วโลกมีคนที่เป็นโรคหอบหืด โรคหลอดลมอุดกั้นเรื้อรัง (COPD) และโรคซิสติก ไฟโบรซิส (โรคทางพันธุกรรมที่เกิดจากความผิดปกติของยีน ทำให้สารคัดหลั่งของอวัยวะต่างๆ ในร่างกายเหนียวข้นขึ้น ส่งผลต่อระบบการหายใจ) เป็นจำนวนนับล้าน ผู้ป่วยเหล่านี้มีอาการที่เหมือนกันคือ การติดเชื้อเรื้อรังในช่องทางเดินหายใจ ด้วยใช้หวัดที่เกิดจากเชื้อโรโนไวรัส ทำให้คนที่เป็นโรคเหล่านี้ทรุดหนักด้วยอาการความบกพร่องทางการหายใจทำให้ใช้เวลานานนับหลายสัปดาห์ในการรักษา เพราะว่ายังไม่มียาที่สามารถรักษาใช้หวัดได้ การต่อสู้กับไวรัสจึงเป็นเรื่องยากเพราะโรโนไวรัสไม่อาจกำหนดกลุ่มเพื่อรักษาได้อย่างเจาะจง ซึ่ง Panoxyvir ค้นพบทางรักษาที่สกัดได้มาจากร่างกาย นั่นคือโมเลกุล 27HC ผลิตจากคลอเรสเตอรอลที่มาจากนมแม่และเลือด เด็กแรกเกิดจึงมี 27HC จำนวนมากที่ได้รับจากแม่ โมเลกุลนี้ยังส่งออกมาจากเลือดมนุษย์และมีคุณสมบัติในการ

ต่อต้านโรโนไวรัสอีกด้วย ข้อค้นพบในโมเลกุลนี้จึงเป็นอาวุธสำคัญในการต่อสู้กับไวรัสชนิดนี้ Panoxyvir จึงสกัด 27HC ออกมาเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสเปรย์ฉีดจมูกต้านไวรัสสำหรับรักษาและป้องกันไวรัสโรโนเป็นครั้งแรก

**“ผลลัพธ์ที่เรากำหนดไว้ การทดลองสุทธยาของเราคือเนื้อเยื่อบุผิวทางเดินหายใจนั้นไม่มีการติดเชื้อ เข้าไปประจำการเพิ่มจำนวนของไวรัสได้โดยสมบูรณ์ เต็มเต็มภารกิจของเราในการรักษาผู้ป่วยโรคทางเดินหายใจได้อย่างสมบูรณ์”**



Nowadays there are millions of patients with asthma, chronic obstructive pulmonary disease (COPD), and cystic fibrosis, a hereditary disease which the body produces thick and sticky mucus that can clog the lungs and affect the respiratory system. These patients share the same symptoms, that is, chronic infection in respiratory system caused by a common cold associated with rhinovirus. The infection, which leads to respiratory deficiency, causes the patients' conditions to deteriorate and it takes weeks to cure because there is in fact no cure for a common cold. Therefore, it is difficult to attack this virus as we cannot tackle specific rhinoviruses. However, Panoxyvir has found the way to treat this by way of extracting molecule 27HC from our body. Produced from cholesterol in the breast

milk and blood, which is why it is found at a high level in a newborn baby, molecule 27 HC is released from human blood and possesses an antiviral quality. The discovery is a formidable weapon used to fight the virus and Panoxyvir therefore extracts 27HC and uses as a material to produce antiviral nose spray that prevents rhinovirus for the first time.

**“This is the outcome of drug formula testing we proudly present. The formula helps completely suppress the multiplication of virus, resulting in respiratory epithelium being disinfected and completing our mission to treat patients with a respiratory problem.”**



## THE IMPORTANCE OF TECHNOLOGY & ANALYTICS IN TRANSFORMING PATIENT EXPERIENCE

23 July 2019

15:30 – 16:10

NIA

Speaker

**อานุปัม ชาตเทจ**

**ผู้ก่อตั้งและกรรมการผู้จัดการแห่งเซมเปีย**

**เซง ลก ผู้จัดการการพัฒนาธุรกิจภูมิภาคเซมเปีย**

Anupam Chatterjee

Founder & CEO of CEMPIA Cheng Loke, Regional Business Development Manager, CEMPIA



ประสบการณ์ของคนไข้ในการเข้ารับรักษาเป็นเรื่องสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาลไหนก็ตาม เซมเปียพยายามจะสร้างประสบการณ์ที่ดีด้วยการใช้เทคโนโลยีเข้าไปช่วยสร้างประสบการณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของคนไข้ ตั้งแต่ฝ่ายลงทะเบียน การเข้าพบหมอ ร้านกาแฟในโรงพยาบาล การสร้างวิธีการจดจำว่าโรงพยาบาลทำให้เรารู้สึกอย่างไร ในปัจจุบันที่เป็นยุคดิจิทัล การอำนวยความสะดวกในทุกช่องทางนั้นเป็นโอกาสในการสร้างประสบการณ์ผู้ป่วยแบบใหม่ เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เพราะผู้คนหาข้อมูลเรื่องความเจ็บป่วยจากอินเทอร์เน็ต เพื่อหาหมอที่ดีที่สุดหรือเลือกโรงพยาบาลที่สามารถให้บริการด้านการรักษาจากรีวิว ทำให้โรงพยาบาลต้องเสริมบริการอื่นๆ เพื่อให้ผู้เข้ามาใช้บริการรู้สึกดีที่สุด CEMPIA เป็นแพลตฟอร์มในการจัดการประสบการณ์ของผู้ป่วยในทุกจุดการให้บริการในโรงพยาบาล โดยเปิดรับทั้งข้อติเตียน ฟีดแบ็ค และข้อเสนอแนะที่ได้รับผ่านแอปพลิเคชันและช่องทางอื่นๆ นำมาเป็นข้อมูลเพื่อพัฒนาบริการได้แบบ

เรียลไทม์ ทำให้เส้นทางแห่งประสบการณ์ในการเข้าใช้งานโรงพยาบาลนั้นสร้างความสุขให้ทั้งคนไข้และญาติอย่างดีที่สุด

**“คนไข้ต้องการได้รับความสนใจและการดูแลที่พิเศษ แพลตฟอร์มนี้จึงเกิดขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ทำให้พนักงานในโรงพยาบาลสามารถแก้ไขปัญหาและสร้างความพึงพอใจให้กับคนไข้ได้อย่างรวดเร็วที่สุด”**



The patients' experience in receiving medical treatment is important. CEMPIA improves the patients' experience by utilizing technology at every touch point in the hospital from registration desk, doctor consultation, hospital café to the creation of a memorable experience. In the digital era, facilitating the patients in all channels is an opportunity for an experience creation, which is a phenomenal change. People search for information about ailments from the Internet to find the best doctor and decide which hospital to go from reviews. So the hospital is required to provide other services to impress their patients. CEMPIA is a multi-channel, multi-lingual, digital patient experience management platform to understand patient experience at every touch point in the hospital. It helps in-house marketing and information dispersal which is also used effectively for customer

intelligence, staff appreciation and operational analysis. In addition, it captures patients' feedback, suggestions and complaints through a series of applications and solves any dissatisfaction real time.

**“Patients need special attention and care. This platform was created as a communication tool enabling hospital personnel to solve problems and satisfy patients' exact needs as quickly as possible.”**

## THAILAND HEALTHTECH TOURISM

23 July 2019  
16:10-16:30  
NIA

Speaker

**นิรุศ ศรีพวาทกุล**

**กรรมการบริหารฝ่าย Sustainable Commerce และ  
Exponential Learning เครือโรงพยาบาลพญาไท  
และโรงพยาบาลเปาโล**

Niruth Sripawatakul

Executive Director of Sustainable Commerce  
and Exponential Learning at Phayathai  
and Paolo Hospital Group



การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีแนวโน้มเติบโตในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมอันดับต้นของโลก การท่องเที่ยวเพื่อรักษาทางการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มคือ 1) การรักษาโรคและการดูแลสุขภาพ 2) การศัลยกรรม 3) การรักษาด้วยระบบแพทย์ทางเลือก 4) สุขภาพความเป็นอยู่ที่ดี

กลุ่มคนใช้ต่างชาติที่เข้ามารักษาในไทยสามอันดับคือ ญี่ปุ่น 7.1% ตะวันออกกลาง 6.2% จีน 5.3% ข้อดีของการท่องเที่ยวเชิงการรักษาในประเทศไทยคือราคาที่สมเหตุสมผล การดูแลรักษามีคุณภาพสูง การให้บริการเป็นเลิศ และเป็นโอกาสในการได้มาท่องเที่ยวพักผ่อน

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์นั้นเกิดขึ้นได้จากความร่วมมือภายในระบบนิเวศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ทั้งโรงพยาบาล บริษัทประกัน และรัฐบาลในการกำหนดนโยบายธุรกิจการท่องเที่ยว

อย่างเช่น สายการบิน การคมนาคม ตลอดจนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในอนาคตที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จึงเป็นการพัฒนาโครงสร้างเพื่อรองรับการรักษาและการดูแลสุขภาพในอนาคต

“เราไม่ใช่ประเทศที่ค่ารักษาพยาบาลถูกที่สุด แต่เราเป็นประเทศที่หากตรวจพบเปอร์เซ็นต์การรักษาที่มีประสิทธิภาพ โอกาสในการทำการรักษาสามารถรอดชีวิตได้ถึง 94.8% ซึ่งถือว่าเป็นตัวเลขที่เยอะมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาค”



Medical tourism in Thailand is continuously growing. This is so because Thailand is one of the world's top tourist destinations. Medical tourism can be divided into 4 groups including:

- 1) Medical tourism for major medical procedures
- 2) Medical tourism for surgery
- 3) Medical tourism for alternative treatments
- 4) Medical tourism for wellness

The three biggest medical tourists include Japanese 7.1%, Middle Eastern 6.2% and Chinese 5.3%. The advantages of visiting Thailand for a medical purpose are that it has reasonable prices with high quality of medical and other services. Also the visitors can take this opportunity to travel for leisure.

The success of medical tourism results from collaboration between many organizations in the medical

tourism ecosystem including hospitals, insurance companies, policy makers, and other organizations in the tourism industry such as airlines and other transport companies, as well as healthy restaurants. Furthermore, Thailand is entering the aging society; medical tourism is therefore the development of infrastructure to cope with the needs of treatment and healthcare in the future.

**“We may not be a country with the lowest medical fees, but we are the country with the highest treatment success rate-94.8%, which is very high especially when compared to other countries in the region.”**

---

# **TRAVEL TECH CONFERENCES**

26 July 19

---

---

3.5

# CONFERENCES

---

## OPENING AND WELCOME SPEECH

26 July 2019

13:00 – 13:10

AIS Design Centre

Speaker

**ดร. กริชพกา บุญเฟื่อง รองผู้อำนวยการ  
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)**

Dr. Krichpaka Boonfueng,  
NIA Deputy Executive Director,  
National Innovation Agency (Public Organization)



ดร. กริชพกา บุญเฟื่อง รองผู้อำนวยการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กล่าวเปิดงาน Travel Tech Conference ว่าด้วยความต่อเนื่องของการจัดงาน Startup Thailand เป็นปีที่ 4 โดยเน้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมอันเกี่ยวข้องกับหลายอุตสาหกรรมสำคัญ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีหลายองค์กรมาร่วมกันในเรื่องทราเวล เทคโนโลยี (Travel Tech) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญสำหรับเมืองไทย เพราะไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นระดับโลก นอกจากธรรมชาติและวัฒนธรรมแล้ว นวัตกรรมก็มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาเที่ยวไทยไม่ต่ำกว่า 31 ล้านคน ต้องใช้เงินผ่านแอปต่าง ๆ ในการเดินทาง แต่ส่วนใหญ่เป็นแอปต่างชาติไม่ใช่ของคนไทย ทราเวล เทคโนโลยีนั้นพูดถึงทั้งหมดตั้งแต่การจองโรงแรม วางแผนการเดินทาง

จองร้านอาหาร ฯลฯ จึงเป็นอีกด้านที่ต้องสนับสนุนให้สตาร์ทอัพของเราเป็น Travel Warrior เช่น Local Alike ซึ่งขายจุดเด่นของชุมชนซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่ใครก็แย่งชิงไปไม่ได้ การสัมมนานี้จึงอยากเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้เกิดธุรกิจสตาร์ทอัพท่องเที่ยวในชุมชนของตัวเอง

“นักท่องเที่ยวใช้แอปสำหรับการเดินทางเยอะ แต่ส่วนใหญ่ไม่ใช่ของคนไทย จึงควรผลักดันสตาร์ทอัพไทยให้เข้าสู่ทราเวล เทคโนโลยี ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเฉพาะที่ไม่มีใครรู้ดีเท่าคนไทยเอง”



Dr. Krichpaka Boonfueng, NIA Deputy Executive Director, National Innovation Agency (NIA) gives an opening remark at Travel Tech Conference following the 4th Startup Thailand which focuses on technology and innovation related to main industries particularly tourism industry. Tourism is Thailand’s major industry as Thailand is one of the world’s best destinations. Aside from the nature and culture innovation plays a key role in promoting the industry.

Each year Thailand receives no less than 31 million visitors whose travel expenses are paid through applications which are mostly foreign. Travel Tech covers a wide range of services from hotel booking, itinerary planning, restaurant reservation etc. which

is why startups should be promoted as travel warrior, Local Alike, for example, whose selling point is authentic experiences gained from the community which is a unique characteristic. This seminar is therefore part of the driving force that contributes to the emergence startups in the community.

**“Most visitors use travel applications which are foreign apps. Therefore Thai startups should be driven into Travel Tech which will create unique travel experience solely specialized among Thai people”**



## TRAVEL POLICIES SUPPORT TRAVEL TECH STARTUP IN THAILAND

26 July 2019

13:15 – 13:45

AIS Design Centre

Speaker

**ศิริปรกรณ์ เชี่ยวสมุทร**

**รองผู้ว่าการด้านดิจิทัล วิจัยและพัฒนา  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)**

Siripakorn Cheawasamoot,  
Deputy Governor for Digitalisation,  
Research and Development,  
Tourism Authority of Thailand (TAT)

ททท. เผยข้อมูลเพื่อประโยชน์ของสตาร์ทอัพที่กำลังมองศักยภาพในทราเวล เทคโนโลยี เช่น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวในเมืองไทย ก็คือคนไทยเอง ปี 2018 มีทริปราว 167.7 ล้านทริป รายได้ 1 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นราว 9% แต่การใช้จ่ายต่อวันของคนไทยอยู่ที่ 2,000 บาทกว่า กับเวลาท่องเที่ยวราว 2-3 วัน ซึ่งอยากเพิ่มนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้นสัก 9.5%

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งนำรายได้เข้าประเทศราว 2 ล้านล้านบาท และใช้จ่ายกว่า 5,500 บาทต่อวัน กับช่วงเวลาเฉลี่ยราว 9 วันต่อทริป ในปี 2019 นี้ อยากเพิ่มการกระจายรายได้ไปสู่เมืองรองด้วย ซึ่งทราเวล เทคโนโลยีสามารถเข้ามาช่วยให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายและใช้เวลากับประสบการณ์ที่จะได้รับมากขึ้นในพื้นที่ใหม่ ๆ

ททท. สนับสนุนสตาร์ทอัพด้วยนโยบาย Go ไปกับ 3 C คือ Connect, Convenience และ Co-Value เส้นทางของนักเดินทางจะมีอยู่ 3 ช่วง คือก่อน ระหว่าง และหลังเดินทาง ททท. พยายามเชื่อมโยงกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนสตาร์ทอัพต่าง ๆ มากขึ้น โดยต้องเข้าถึงง่าย ปลอดภัย รวดเร็ว ส่วนคุณค่าคือประสบการณ์ ความประทับใจที่ได้รับ

และเครือข่าย คือชุมชนและชาวบ้าน

ททท. มีการประกวดสตาร์ทอัพเพื่อการท่องเที่ยวตั้งแต่ 2 ปีที่แล้ว ได้สตาร์ทอัพเด่นขึ้นมา เช่น สตาร์ทอัพที่ทำงานกับชุมชน กอล์ฟ มวยไทย บริการรับส่งกระเป๋าระหว่างสนามบินและโรงแรม และมีโอกาสอีกมากมาย เพราะททท. ศึกษานักท่องเที่ยวด้วย Psychographic เพื่อให้ได้รับประสบการณ์และความพึงพอใจซึ่งสตาร์ทอัพสามารถจับไปทำเป็นโอกาส เช่น การสนับสนุนอาหารท้องถิ่น การกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปสู่เมืองรอง และความโรแมนติก

จุดหมายของนักท่องเที่ยวไม่ใช่สินค้าอีกต่อไป แต่คือประสบการณ์ของทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าของสถานที่ผ่านการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ

**“ไทยมีศักยภาพในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ แต่ก็มีความท้าทายรออยู่ ข้อมูลจาก World Economic Forum ไทยมีปัญหาคือต้องแก้ไขไม่ว่าด้วยเทคโนโลยีหรืออะไรก็ตาม คือความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยไทยอยู่ในอันดับต่ำมาก และแม้เราจะมีสตาร์ทอัพและมีซิลิคอนโกลด์ แต่เรากลับติดปัญหาเรื่องอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะอยู่มาก ผากเป็นโจทย์ให้ช่วยกันคิดต่อ”**

TAT revealed information beneficial to startups who are looking for potential in Travel Tech such as one-third of tourists traveling in Thailand is Thai. In 2018, there were 167.7 million trips with revenue of THB 1 trillion, increasing around 9%. However, the daily expenditure of the Thai tourists who spent 2-3 days a trip was little higher than THB 2,000. TAT expected to raise the number of Thai tourists by 9.5%.

As for foreign tourists who brought in revenue of around THB 2 trillion and spent more than THB 5,500 a day with the approximate 9 days a trip, in 2019 TAT expected to see income distribution to localities. Travel Tech startups can boost tourist spending and encourage time spending in new localities.

TAT supports startups by the policy Go with 3 Cs—Connect, Convenience, and Co-Value. The itinerary



arranged by the tourists can be divided into three parts including pre-trip, during the trip and post-trip. TAT is thus trying to collaborate with many organizations to promote startups in which the policy focuses on easy accessibility, safety, and time-efficiency whereas core values include experience, impression, and networking which involves communities and local people.

TAT held a startup competition two years ago which gained some outstanding startups, for instance, those working with communities, those involving sports such as golf and boxing, those who provide baggage transfer service between airport and accommodation and many more. Since TAT conducts a study on tourist behavior with psychographic so that the tourists gain experience and satisfaction that could create such many opportunities for startups as local food promotion, income distribution, and romantic tourism.

The objective of tourists is no longer products, but experience of both tourists and communities which gained by responsible tourism.

**“Thailand has potential to drive qualitative tourism rather than quantitative. However it is not without some challenges. According to World Economic Forum, it is essential that Thailand solve the problems by technology or no matter what it takes. The major issues include the low level of environmental sustainability and safety. Although we have both street food and restaurants recommended by Michelin Guide, we have an issue of unhygienic food which we still have to deal with.”**

## HOW INVENT INVEST IN TRAVEL TECH STARTUP

26 July 2019

13:45 -14:00

AIS Design Centre

Speaker

**ณรงค์พนธ์ บุญทรงไพศาล**

**หัวหน้าโครงการอินเวนท์ของ อินทัช โฮลดิ้ง**

Narongpon Boonsongpaisan,

Head of Invent Capital, Intouch Holding



อินทัช โฮลดิ้ง บริษัทสื่อสารในประเทศไทย ซึ่งมีการลงทุนในเทคโนโลยีสตาร์ทอัพทั้งไทยและต่างประเทศมาตลอด 7 ปี ทั้งในช่วงเริ่มต้นและช่วงเติบโต โดยมีงบประมาณต่อปีราว 200 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นสตาร์ทอัพด้านดิจิทัลมีเดียและบริการต่าง ๆ ตอนนี้อินเวนท์ลงทุนในสตาร์ทอัพ 19 ราย ยังไม่ได้มีการลงทุนกับ Travel Tech แต่กำลังมองหาการขยายสู่ด้านนี้เช่นกัน อินเวนท์เลือกลงทุนกับสตาร์ทอัพจากความเป็นผู้นำตลาดหรือรายแรกๆ ที่เปิดตลาดนั้น ปีที่ผ่านมาได้มีการเติบโตจาก 2017 – 2018 มีการเติบโตขึ้น 50% รายได้สตาร์ทอัพก็เพิ่มขึ้นมากกว่า 1 พันล้านบาท

เกณฑ์ในการเลือกร่วมทุนคือ ตลาดของสตาร์ทอัพนั้นใหญ่และมีศักยภาพการเติบโตแค่ไหน ซึ่งต้องดูที่กลุ่มเป้าหมายของตลาดนั้น สตาร์ทอัพจึงต้องเข้าใจพฤติกรรมและปัญหาที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย ดูที่ธุรกิจโมเดลสามารถเติบโตได้ไหม เปลี่ยนแปลง สร้างรายได้ได้รวดเร็วแค่ไหน

อีกสิ่งที่สำคัญคือ ผู้ก่อตั้ง ต้องมีแนวคิดที่จะพัฒนาอย่างชัดเจน ทำธุรกิจได้จริง ได้ทุนแล้วต้องสร้างการเติบโตได้จริง หาทุนใหม่ได้ เพื่อต่อสู้กับความท้าทายใหม่ๆ ในอนาคต นอกจากนี้ยังดูว่าจะเกิดประโยชน์อย่างไรกับผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท

สำหรับทราเวล เทคโนโลยี จากตัวเลขการเติบโตระหว่างปี 2013 – 2017 มีการระดมทุนเติบโตขึ้นสูงอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน

ที่ผลักดันคือการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางที่มีอำนาจการใช้จ่ายเดินทางด้วยตัวเองมากขึ้นโดยใช้แอปการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญ โมเดลธุรกิจที่พบบ่อยในผลิตภัณฑ์ด้านทราเวล เทคโนโลยีคือการค้นหาและจอง ตั้งแต่หัวข้อทั่วไปและการเจาะจง เช่น ที่พัก แอร์บ้านพัก ค้นหาเที่ยวบิน กิจกรรม ประสบการณ์พิเศษ การจัดการกับกระเป๋าเดินทาง ประสบการณ์หรู เที่ยวบินส่วนตัว การแบ่งปันการเดินทางในรูปแบบต่างๆ ซึ่งทั้งหมดมีการเติบโตสูงมาก

“ ตอนนี้เรายังไม่ได้ลงทุนในทราเวล เทคโนโลยี แต่เราเริ่มมองตลาดนี้ โดยเริ่มที่แอปด้านไลฟ์สไตล์ เช่น วงใน ซึ่งเริ่มจากอาหารสู่ความงาม เราก็ต้องการขยายวงในให้ไปสู่การท่องเที่ยว ค้นหาจุดหมายปลายทางพิเศษระหว่างการท่องเที่ยวได้ เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ ที่ท่องเที่ยวสวย ร้านเสริมสวย สปา เป็นต้น ”



Intouch Holding is a Thai telecom which have invested in Thai and foreign startups over 7 years both in the initial and growing stages with a budget of approximately THB 200 million a year. Most of the startups are media startup and other kinds of services. Until now Invent Capital has invested in 19 startups not involving Travel Tech; nevertheless, it has an interest in expanding its investment in Travel Tech. Invent Capital normally invest in startups by considering its market leadership or the pioneer in the market. Between 2017 and 2018, It enjoyed 50% growth with increasing revenue of more than a billion Thai baht.

The criterion in choosing a startup to partner with is the potential growth of the market which can be evaluated by the target market. Therefore startups have to understand the target behavior and its basic problems, as well as study its potential, changeability and time the business generate revenue.

Another important aspect is that founder must be determined to develop, create business, encourage growth, and raise funds to cope with new challenges. Besides it must be taken into consideration how

cooperation will be beneficial to the core product of the company.

For Travel Tech, when considering the growth between 2013-2017, it is found that fund raising has continuously grown. The factors driving this include an increase in the number of the middle class who have high purchasing power and travel more independently relying on travel applications. The business models found frequently in Travel Tech are searching and booking both generally and specifically such as accommodation, accommodation sharing, chartered flight, and travel sharing in any form, all of which see very high growth.

**“Currently we have not yet invested in Travel Tech; however, we are interested in this market starting from lifestyle app such as Wongnai which began with food and expanded to beauty. We wish to see Wongnai going further to tourism by locating special destinations - restaurants, cafés, scenic attractions, beauty parlors and spas - during the trip.”**

## THE BLACK TIE SERVICE SUPPORT THAILAND TOURISM

26 July 2019

14:00 – 14:15

AIS Design Centre

Speaker

**กนกพร ณ ระนอง**

**ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เดอะ แบล็ค ไท เซอร์วิส**

Kanokporn Na Ranong,

CEO, The Black Tie Service



แบล็ค ไท เซอร์วิส ก่อตั้งปี 2558 ให้บริการดูแลด้านสิทธิประโยชน์แก่ลูกค้าขององค์กรใหญ่ อย่างการรับรองหรือการส่งข้อมูลให้ลูกค้า เช่น แอร์พอร์ตเซอร์วิส ริวอร์ดโปรแกรม การดูแลด้านคอนเซียร์ส โปรแกรมสิทธิพิเศษต่าง ๆ

โปรแกรมสิทธิพิเศษออกแบบจากความชอบของกลุ่มลูกค้าขององค์กรนั้น ๆ เช่น การท่องเที่ยว สัมมนา อาหาร ทริปปิเศษ ส่วนมากแบล็คไทดูแลกลุ่มลูกค้าธนาคารขนาดใหญ่ที่ผ่านการเดินทางมามากมาย จึงต้องจัดความพิเศษที่มีเงินก็หาซื้อไม่ได้ เช่น ปิดอังกอร์วัด นั่งวีไอพีเจ็ท พาลูกค้าไปในที่พิเศษมาก ๆ ส่วนแอร์พอร์ตเซอร์วิสก็มีบริการฟาสต์แทรค รถบัสที่รับลูกค้าจากสนามบินไปที่เกทหรือลิ้มูชั่นเซอร์วิส

ปัจจัยที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จคือดูแลลูกค้าตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง ข้อมูลลูกค้าจึงสำคัญมาก มีระบบจดจำวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า พัฒนาแอปในการจัดรถที่ติดตามและดูแลความปลอดภัยของลูกค้า เป็นงานที่มีรายละเอียดสูง มีความซับซ้อน ทีมงานจึงต้องมีประสบการณ์และผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี

ข้อมูลที่น่าสนใจสำหรับสตาร์ทอัพคือ กลุ่มลูกค้าชั้นดี

เหล่านี้ไม่ได้ต้องการอะไรที่มากมายเกินความจำเป็น แต่ต้องมีความเที่ยงตรง แม่นยำ และแนบเนียนไร้รอยต่อ

บริการทั้งหมดนี้สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวแบบหรูหรา ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในประเทศที่เดินทางออกนอกประเทศ แต่สิ่งที่บริษัทมองหาคือลูกค้าต่างประเทศที่จะเดินทางเข้ามาเมืองไทย เพราะเขาก็มองหาสิ่งที่เป็นเฉพาะมากขึ้น เป็นไทยจริง ๆ สะดวก รวดเร็ว ตอบโจทย์ เทรนด์ท่องเที่ยวที่มาแรงคือ Sport Tourism, Health Tourism และ Luxury Tourism ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของแบล็คไท

“สถานที่ที่ลูกค้ากลุ่มนี้ชอบคือความใกล้ชิดความเป็นไทยจริง ๆ เช่น คาเฟ่ที่แฝงตัวอยู่ตามเยาวราช ศาลเจ้าเล็ก ๆ เก้าแก่ การได้ไปสัมผัสชุมชนจริง ๆ โรงแรมเล็ก ๆ ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ ประสพการณ์และการบริการที่หาไม่ได้ทั่วไป”



Founded in 2005, Black Tie Service supports corporate clients in delivering services such as airport service, reward program, concierge service and other privilege programs.

Reward and privilege programs such as travel, seminar, food and special trips, are designed to meet the clients' needs. Our client portfolio includes well-traveled bankers; therefore, we must offer different experience that could not easily afford, for example, closure of Angkor Wat for a private visit, a very special place visit by VIP jet, fast track service at the airport, and transfer service from lounge to gate by a motorized cart and a limousine service.

The factor contributing the company to success is customer service from the point of origin to the destination. Customer data are thus very important. There are recognition and analysis system and development of application tracking and ensuring safety of clients, which is complicated. Therefore staff must

be experienced and well-trained.

The interesting information for startups is that these high-end customers do not need anything beyond necessity, but they expect accuracy, precision and seamless service.

These services are associated with luxury travel, and mostly deal with customers traveling abroad. However, the company is looking for foreign customers traveling inbound as they are looking for something specific, local, convenient, and meet their needs. The growing trend involves sport tourism, health tourism, and luxury tourism which are the target of Black Tie.

**“The attractions strongly appealing to these segments are really local places such as a café hidden in such neighborhood as Yaowarat, a small, old shrine, a visit to local community, and a small unique hotel, which offer extraordinary experience and services”**

## VR/AR TECHNOLOGY IN TOURISM

26 July 2019

14:15 – 14:45

AIS Design Centre

Speaker

**อดัม โดลเนอร์**

**ผู้ก่อตั้งและกรรมการเจ้าหน้าที่บริหาร ฮับเลิร์น**

Adam Dollner,

Founder & CEO HubLearn



โดลเนอร์เริ่มต้นด้วยตัวเลขที่น่าทึ่งเกี่ยวกับการใช้ VR (Virtual Reality) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากรายงานของ Thomas Cook กลุ่มบริษัทท่องเที่ยวของอังกฤษว่ามีการจองทัวร์ไปเที่ยวทวีปอเมริกาเพิ่มขึ้นถึง 190% หลังจากทีมนักวิจัยสามารถนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวด้วย VR

เขาเป็นชาวเดนมาร์กซึ่งได้สละการศึกษาปริญญาตรีที่เดนมาร์กที่ทำให้คนได้รับการศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน แต่เขาารู้ดีว่าโลกทั้งใบไม่ได้เป็นเช่นนั้น วันหนึ่งเขาจึงลาออกจากงานขายทุกอย่างและเอาเงินมาสร้าง HubLearn แพ็คกระเป๋าเดินทางไปที่เอเชียเพื่อทำธุรกิจเพื่อสังคม โดยมีจุดประสงค์เพื่อส่งมอบเทคโนโลยีของวันพรุ่งนี้ไปสู่ผู้คนที่ไม่มีโอกาสจ่ายเงินซื้อมันได้

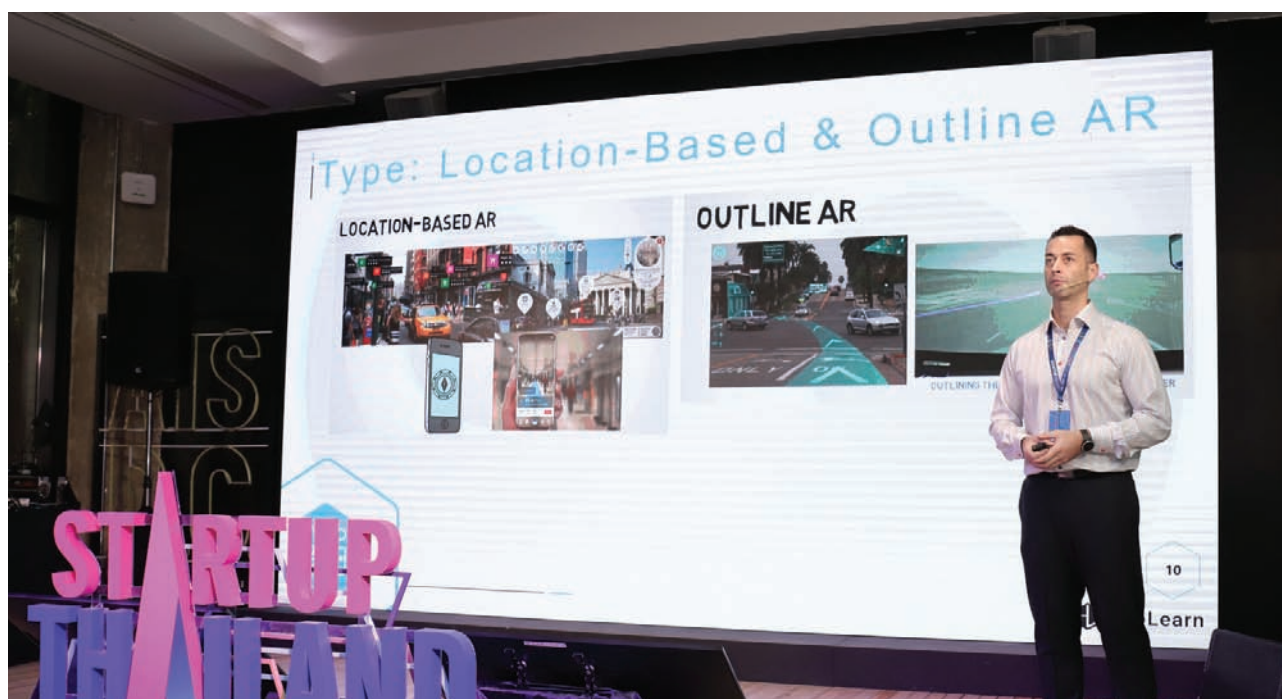
HubLearn คือธุรกิจเพื่อสังคมที่มุ่งสร้างโอกาสด้วยการแบ่งปันความรู้ การเรียนรู้ การสร้างงาน โดยต้องการจะช่วยให้ผู้คนและผู้ประกอบการรายย่อยที่มีทรัพยากรน้อยให้สามารถเข้าถึงอาชีพด้านเทคโนโลยีและสิ่งที่เป็นอนาคตของโลก

เขาอัปเดตความรู้ด้าน VR และ AR (Augmented Reality) รวมถึงการแสดงผลภาพแบบ 360 องศา ซึ่งทุกคนก็รู้อยู่แล้วว่าคืออะไร แต่ทำไมต้องใช้และจะใช้ที่ไหนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด พื้นฐานของงานนี้คือโลกเสมือนอีกชั้นที่ซ้อนทับอยู่บนโลกจริง มิติที่เกี่ยวข้องกับทราเวล เทคโนโลยี โดยตรง

คือ Location-Based & OutLine AR ซึ่งแสดงผลลัพท์กับสถานที่ไม่ว่าที่ไหนในโลก (ที่ใช่) สามารถใช้นำทางไปสู่จุดหมายนั้น ๆ ได้ด้วยภาพเสมือน

การใช้ AR ที่ผ่านมาก็คือโหลดแอปเข้าไปเพื่อใช้งานด้านผู้พัฒนาที่ต้องไปจ้างโปรแกรมเมอร์ติดตั้งระบบ AR เข้าไป ข้อเสนอเพื่ออนาคตของ HubLearn คือ Web AR (มี QR Code ให้เข้าถึงเว็บนี้ได้) คือเบราว์เซอร์ที่สามารถเข้าไปสแกนสิ่งต่าง ๆ ที่มี AR ไว้ได้ทั้งหมด ข้อดีคือ เมื่อเป็นเว็บก็ไม่ต้องเปลืองเมมโมรี่ในสมาร์ตโฟนเหมือนการดาวน์โหลดแอป ลดต้นทุน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ง่ายและเร็ว และ Free Dynamic QR-Code Generator ที่ฟรี และปรับเปลี่ยนได้ตามแต่จินตนาการที่ผู้สร้างสรรค์จะนำมาใช้กับ VR และ AR

“เราได้รับแรงบันดาลใจจากการท่องเที่ยวมากมาย อาจจากหนังสือ หรือหนังสือเรื่อง AR และ VR สามารถอยู่ในทุกที่ตลอดเส้นทางการเดินทางของคุณ คุณสามารถไปเที่ยวเสมือนจริงและได้ข้อมูล ได้ลองสัมผัสความรู้สึกเสมือนจริงของสถานที่นั้นก่อนที่คุณจะไป”



Dollner begins his talk with the astonishing figures about VR (Virtual Reality) in tourism industry. According to Thomas Cook, a British travel group, there is an increase in tour bookings to New York to 190% after the city offers travel experience through VR.

As a Dane who receives an education welfare in Denmark, like other Danes, he has equal opportunity for education. However he realized that not all in this world receives the same opportunity, so he resigned from his job, sold everything and spent all money on HubLearn and traveled throughout Asia to start social enterprise. His main objective is to hand in future technology to people who cannot afford it.

HubLearn is a social enterprise aimed at building an opportunity through knowledge sharing, learning, and creating employment by helping people and small entrepreneurs who lack resources to access future technology.

He kept himself updated with technology - VR, AR, and 360-degree image viewing technology - which is already known to many, but he furthered his study on why and where these technologies can be used and live up to its potential. The fundamentals of these

technologies are the virtual world overlapping the real world, and the dimension directly related to Travel Tech is location-based & outline AR which displays the result with places. The technology can therefore guide its users to the desired destinations with virtual images.

The method of using AR is downloading the application installed by a programmer. However, in the future, HubLearn, a web AR which can be accessed by QR Code, will be a browser in which its users can scan all information stored in AR. It has advantages in that it does not consumer as much phone memory as downloading applications, helps reduce costs, is easily applied, and provides free dynamic QR-Code generator that can be adjusted according to the imagination of the developers who will bring into use with VR and AR

**“We gain a lot of inspiration from traveling, part of which may derive from a book or a movie. AR and VR can be everywhere along the journey. You can make a virtual tour and get some information, as well as experience virtual feeling of the places before you set out.”**



## SUSTAINABLE TOURISM

26 July 2019

14:45 – 15:00

AIS Design Centre

Speaker

**อลิสา นภาทิวาอำนวย**

**ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร**

**Socialgiver.com**

Aliza Napartivaumnuay,

Co-Founder & CEO of Socialgiver.com



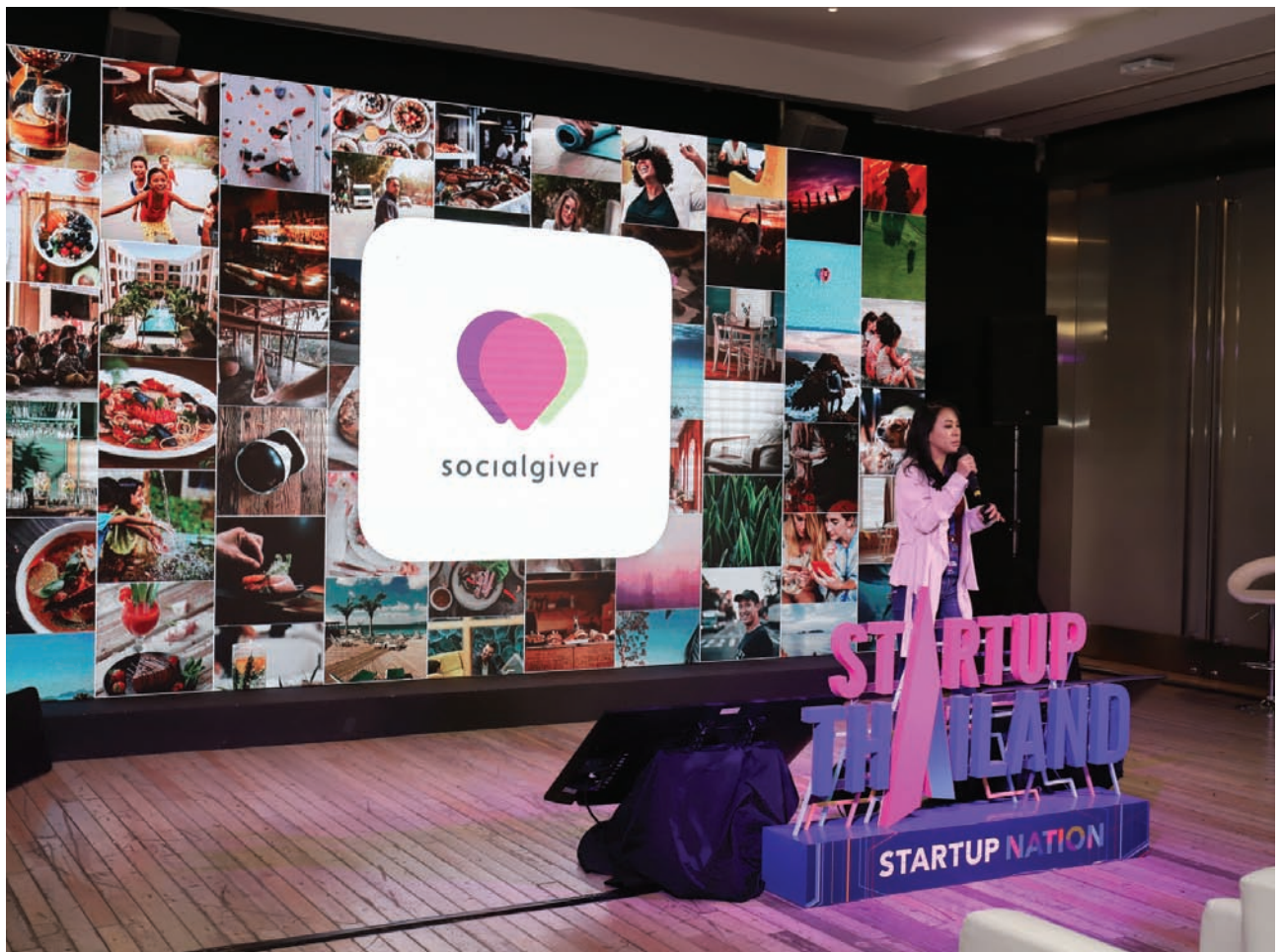
โซเซียลคิฟเวอร์เกิดขึ้นในช่วงที่เมืองไทยกำลังมีวิกฤติการเงิน บริษัทต่าง ๆ ลดงบด้าน CSR แต่แทนที่จะรอ CSR จากองค์กร คนธรรมดาจะสามารถเปลี่ยนแปลงสังคมได้จากกิจกรรมในชีวิตประจำวันได้อย่างไร ในการทำงานเพื่อสังคมจริง ๆ แล้วมีองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรต่าง ๆ พยายามทำงานแข่งกันเพื่อให้ได้เงินบริจาคจากทุกคน เราทุกคนรู้ว่าจากรายได้เรา เราใช้จ่ายเท่าใดกับไลฟ์สไตล์เรา และแบ่งไปกับองค์กรการกุศลเท่าไร ในขณะที่องค์กรการกุศลใหญ่ก็ต้องลงทุนมากมายเพื่อให้การรณรงค์ของเขาเป็นที่สนใจ ฉะนั้นเงินที่จะไปทำการกุศลจริงจะเหลืออยู่เท่าไรกัน

ที่จริงในทุกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการไม่ได้เต็ม 100% ตลอดเวลา เช่น ที่พักหรือร้านอาหารจะมีที่ว่างเหลืออยู่ถึง 45% ซึ่งหายไปฟรี ๆ เป็นจำนวนเงินราว 39 พันล้านบาทหรือสูญรัฐต่อปี เฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น ฉะนั้น สิ่ง โซเซียลคิฟเวอร์ทำก็คือเปลี่ยนความว่างนั้นให้เป็นประโยชน์ ทั้งในทางการตลาดกับเจ้าของธุรกิจนั้น การแบ่งปันสู่สังคมและผู้ให้บริการ ด้วยโมเดล ซ้อป – ช่วย – แשר ซ้อปบริการ

เหล่านี้ได้ (ในราคาพิเศษเพื่อนำส่วนต่างไปบริจาคเพื่อการกุศลที่สนใจ) และแשרแก่ผู้อื่นด้วย ตอนนี้ก็มีแบรนด์ต่าง ๆ มาร่วมด้วยมากมาย และให้มาฟรี ๆ เพื่อให้การกุศลนั้นไปถึงสังคมจริง

โมเดลนี้สร้างการรับรู้แก่แบรนด์และผู้บริโภคว่ามีวิธีการปฏิบัติการใช้จ่ายให้เป็นประโยชน์เช่นกัน และเป็นส่วนหนึ่งของการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ด้วยการสร้างสรรค์ไลฟ์สไตล์ใหม่ที่ช่วยให้เกิดความยั่งยืน ระหว่างการท่องเที่ยวและใช้จ่ายของเรา

**“สตาร์ทอัพก็ต้องไม่คิดเพียงว่าจะสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างไร แต่ต้องคิดถึงคนในพื้นที่ที่นั่นด้วย เพราะการเติบโตของเรามาถึงความสามารถขยายการช่วยเหลือสังคมให้กว้างยิ่งขึ้น”**



Founded during Thailand's financial crisis when companies cut their budget for CSR programs, instead of waiting for the organizational CSR, Socialgiver believes that social change can be made through daily activities of ordinary people. For social contributions, there are in fact non-profit organizations rivaling for donation and spending a lot on PR activities. So how much has proceeds really left for charity?

In reality every service provider in tourism and service industry is not fully booked at all times. The vacancy rate of accommodation and restaurants, for example, is up to 45% which contributes to the loss of USD 39 billion a year, and this is the case in Thailand and not the only example. Therefore, Socialgiver came up with an idea of changing vacancy into benefits for the sake of marketing for business owners, social contributions, and service users through the model

called 'shop-help-share'. The shoppers can purchase a product or service at a special price and part of the income goes to charity. So far many brands have participated in the program, some of which even gave for free to contribute to society.

This model has built brand awareness to the consumers and pave a new way of how to spend wisely. Also it is part of sustainable tourism which creates new lifestyles that leads to sustainability after all.

**“Startups should not focus solely on how to provide the customers with convenient services, but also think about the locals because the growth of the company means wider social contributions.”**

## HOW TO START A TRAVEL TECH STARTUP

26 July 2019

15:00 – 15:15 PM

AIS Design Centre

Speaker

**ธีระ ศิริเจริญ**

**ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้ง Golfdigg**

Thera Siricharoen,

CEO & Co-Founder of Golfdigg



ในธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถของกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านออนไลน์ได้สะดวก แต่เรื่องกอล์ฟค่อนข้างยากเพราะส่วนใหญ่สนามกอล์ฟจะอยู่ในที่ไกลมาก Golfdigg เริ่มต้นขึ้นเมื่อ 5 ปีที่แล้ว เมื่อทราบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาตีกอล์ฟในเมืองไทยปีละเป็นแสนคน และจะทำอย่างไรให้พวกเขาไปตีกอล์ฟได้ง่ายขึ้น

ตัวอย่างของ Golfdigg สามารถเป็นต้นแบบให้การเริ่มต้นสตาร์ทอัพได้ จากปัญหาของนักกอล์ฟ พวกเขาเริ่มด้วยการสำรวจว่าตลาดมีศักยภาพไหม เช่น สนามกอล์ฟในประเทศไทยมีจำนวนมากกว่า 250 สนาม มีจำนวนเป็นอันดับ 7 ของโลก และตีกอล์ฟได้ทั้งปี มีนักกอล์ฟมากกว่า 1,350,000 คน หกแสนกว่าคือคนไทย แสนกว่าคนคือชาวต่างชาติที่ทำงานในไทย และมากกว่า 850,000 คือกลุ่มนักท่องเที่ยว ข้อมูลจากการท่องเที่ยวเกาหลีทำให้รู้ว่าปีที่แล้วมีชาวเกาหลีมาตีกอล์ฟที่ไทยกว่า 200,000 คน แต่ใช้ Golfdigg เพียงพันกว่ารายเท่านั้น ฉะนั้น โอกาสเติบโตจึงสูงมาก

ข้อสำคัญคือต้องศึกษาและแก้ปัญหาให้ลูกค้า ทั้งนักกอล์ฟและสนามกอล์ฟเอง เช่น การจองล่วงหน้า ปกติการวางแผนเที่ยวจะทำกันเป็นเดือน แต่สนามกอล์ฟส่วนใหญ่ยังใช้ระบบจดมืออยู่เลย จึงต้องแก้ปัญหาและสร้างแพลตฟอร์มทั้งเว็บไซต์และแอป เพื่อให้นักกอล์ฟจองออนไลน์ได้ง่าย สามารถจองสนามและวันเวลาที่ต้องการ จ่ายเงินผ่าน

บัตรเครดิตโดยไม่ต้องคุยกับพนักงานสนามกอล์ฟที่อาจพูดไม่รู้เรื่อง จองได้ 24 ชั่วโมงไม่ขึ้นอยู่กับเวลาทำการของสนาม เป็นต้น ต้องหาปัญหาและความต้องการที่ซ่อนเร้นให้เจอจริงๆ ไม่ใช่เก่งเรื่องเทคโนโลยีอย่างเดียวเท่านั้น

“ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวว่าการเดินทาง 1 ทริป เขาไม่ได้ต้องการตีกอล์ฟตลอด แต่มีความต้องการอื่นอะไรบ้าง เช่น การรับส่งจากสนามบินไปโรงแรม จากโรงแรมไปสนามกอล์ฟ ระหว่างตีกอล์ฟ หลังตีกอล์ฟมีบริการอะไรที่ตรงไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้า เช่น สปาหรือร้านอาหาร แม้เขาจะดูแอปอื่นได้ แต่เมื่อทราบพฤติกรรมนักกอล์ฟก็สามารถนำเสนอบริการรองรับได้”



Nowadays we can conveniently book travel services online, but it is quite difficult for golf because most golf courses are not easily accessible. Golfdigg, an online golf booking service, was founded 5 years ago to serve the needs of foreign golfers with the number as many as some hundred thousands a year by facilitating them with easier transport.

Golfdigg can be a model for startup initiation. Having analyzed the problems of golfers, it began with researching the potential of market. For example, there are more than 250 golf courses in Thailand, ranked the world's 7th highest number of golf courses, which it can be played all year round. In addition, there are more than 1.35 million golfers-600,000 are Thai, 100,000 expats, and 850,000 are tourists, approximately. According to Korea Tourism Organization, there were more than 200,000 Koreans visiting Thailand to play golf last year, but only about 1,000 used Golfdigg's services. So the market has the enormous potential for growth.

The important thing is that the customers' problems must be studied and resolved, both for the golfers and the golf courses. For instance, there should be advance booking system for visitors who normally plan a trip ahead.

Such new platforms as a website and an application should be developed for online booking, which until now most golf courses still use handwritten booking calendars. The new booking platforms will facilitate booking on the desired date and time, and credit card payment. Also they will eliminate an unnecessary contact with staff who may not have a reasonable level of competence in foreign language, and are able to provide 24-hour service. All in all, it has to be a problem-based solving approach, not solely technology-based.

**“A study on visitor behavior should be conducted by looking into many other activities, aside from playing golf, done in a trip as well as other demands, for example, airport transfer service, hotel-to-golf course transfer service, pre- and post- golf playing services that cater to their lifestyles such as spa and restaurant. Although there are many applications responding to their needs, customer insight will help a business owner to offer services.”**

## TRAVEL TECH STARTUP IN THE VIEW OF 500 TUK TUKS

26 July 2019

15:15 – 15:30

AIS Design Centre

Speaker

**ปารดา ทรัพย์ประเสริฐ**

**ผู้อำนวยการ 500 Tuk Tuks**

Pahrada Sapprasert,

Director at 500 Tuk Tuks



500 Tuk Tuks เป็นหนึ่งในกองทุนร่วมลงทุนในประเทศไทย มีฐานอยู่ในซิลิคอน วัลเลย์ ซึ่งต้องการสนับสนุนสตาร์ทอัพ ในระยะแรกเริ่มทั่วโลก จึงมีโครงการ 500... ในประเทศต่าง ๆ มากมาย ตอนนี้ก็มีสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์นแล้ว 12 ราย ในช่วง 8 ปี เป็นกองทุนที่สนับสนุนด้านทราเวล เทคโนโลยี และมีแอปที่ยังคงทำงานได้ดีอยู่มากที่สุดในโลก

แต่เมื่อดูจากยูนิคอร์น เทคโนโลยีทั่วโลกแล้ว ทราเวล เทคโนโลยีมีจำนวนที่น้อยมาก แค่ 6 บริษัทเท่านั้น เมื่อดูจากบริษัท ทราเวล เทคโนโลยีทั่วโลก บริษัทที่ทำด้านนี้จากเอเชียก็มีน้อยมาก มีผู้เล่นหลักอยู่ที่จีนและอินเดีย ในอาเซียนก็ยังมีน้อยลงไปอีก ถ้าสตาร์ทอัพกำลังสนใจด้านนี้ ตลาดอาเซียนก็เป็นตลาดที่น่าสนใจ

ตอนนี้ 500 Tuk Tuks ลงทุนในบริษัทราว 70 บริษัท และมีบริษัททราเวล เทคโนโลยี 9 รายในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ลองมา ดูกันว่าแต่ละบริษัททำอะไร เริ่มจาก PenguinT แพลตฟอร์ม ค้นหาและจองตั๋วเครื่องบินที่ปรับให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้ใช้ไทย, bellugg เป็นระบบขนส่งกระเป๋าและสินค้าจาก สนามบินไปที่พักหรือที่ต่าง ๆ, TakeMeTour คือการจัดการ ประสบการณ์ท่องเที่ยวโดยคนท้องถิ่นและบริการจองตัว จองร้านอาหารต่าง ๆ, cookly จองคลาสสอนทำอาหารได้ ทั่วโลก, ทัวร์ครับ (Tourkrub) สร้างสรรค์ทัวร์เฉพาะคุณโดย

เฉพาะ, Favstay คล้าย Airbnb แต่ต่างกันว่า Favstay จะเข้ามาจัดการสิ่งต่าง ๆ ให้แทนเจ้าของ, Neuron ให้บริการเช่า E-Scooter, Portier แพลตฟอร์มสำหรับโรงแรมหรูที่นำเสนอ บริการซิมการ์ด, Drivemate บริการให้เช่ารถ โดยนำรถบ้าน ที่มีเหลือมาให้เช่าได้

ระบบนิเวศของทราเวล เทคโนโลยีในประเทศไทย จริง ๆ แม้ยังไม่ใหญ่ แต่ก็มีหลายรายจากทั้งองค์กรรัฐและเอกชนพร้อม สนับสนุน เป็นโอกาสที่สามารถเติบโตได้มาก เพราะมี ปัญหามากมายให้ต้องแก้ และเทรนด์กำลังมุ่งสู่ความเป็น เทคโนโลยี เช่น IoT, AI, Face Recognition ฉะนั้น เทคโนโลยี เหล่านี้จะเข้ามาตอบโจทย์ได้มาก

“เราตั้งเป้าให้ยูนิคอร์นแรกของไทยควรจะ มาจากทราเวล เทคโนโลยี เพราะประเทศไทยมีชื่อเสียง ด้านการท่องเที่ยว และมีเป้าหมายว่าจะเป็นผู้นำ ด้านทราเวล เทคโนโลยีในอาเซียนให้ได้ในปี 2022 เรา พร้อมลงทุนในทราเวล เทคโนโลยีที่มีศักยภาพ และเรา ยังต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐและพันธมิตร เอกชน”



Based in Silicon Valley, 500 Tuks Tuks is a micro-fund focusing on promising startups, which is managed by new 500 investing partners in many countries. Within 8 years of operation, it currently has 12 startup unicorns. The fund mainly supports travel tech and is now working with some of the world’s best apps.

However, among startup unicorns worldwide, it is found that there are only 6 travel techs with very few companies from Asia of which the main players include China and India. Moreover, there is even less in Southeast Asia, so there is still a big market for those interested in this region.

Currently 500 TukTuks invested in approximately 70 companies with 9 travel techs in the past four years. Some examples include Penguin T, a platform for searching and booking flights that suits Thai consumer behavior, Bellugg, an on-demand luggage delivery service, TakeMeTour, a community-based travel agent offering tour, ticket and restaurant reservation services, Cookly, a worldwide cooking class reservation service, Tourkrub, a tailor-made travel agent, Favstay, an

Airbnb-like digital marketplace for accommodation but with supporting service for accomodation owners, Neuron, an E-scooter rental service, Portier, a guest engagement platform for luxury travelers, and Drivemate, a peer to peer car sharing service.

In fact, although ecosystem of Travel Tech in Thailand is not particularly large, both government and private sectors see a great many issues and are ready to support to create opportunities for growth. Besides, the global trend is going toward such technologies as IoT, AI, and Face Recognition. Therefore, Travel Tech could be an answer.

**“We expect the first Thai unicorn to come from Travel Tech because Thailand is famous for tourism, and also expect to be the leader in ASEAN’s Travel Tech in 2022. We are ready to invest in potential Travel Tech and are still in need of support from the government and the private partners.”**

## SUPPORT LOCAL COMMUNITY USING TRAVEL TECH START UP

26 July 2019

15:30 – 15:45

AIS Design Centre

Speaker

**เพ็ญศิริ สอนบุตร**

**ผู้จัดการพัฒนาเครือข่ายองค์กรของ โลกอล อไลค์**

Pensiri Sornboot,

Outreach Manager at Local Alike



โลกอล อไลค์ เป็นสตาร์ทอัพท่องเที่ยวและธุรกิจเพื่อสังคมที่ทำงานเชื่อมโยงกับชุมชน โดยนำเที่ยวด้วยคนพื้นที่กินอาหาร ทำกิจกรรมสัมผัสประสบการณ์พื้นถิ่นแท้จริง งานนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เพื่อพัฒนาชีวิตของคนท้องถิ่นให้ยั่งยืน โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาแก้ปัญหาหลัก 3 อย่างคือ คนท้องถิ่นไม่สามารถบริหารจัดการเชิงธุรกิจได้ ต่อมาก็เชื่อมโยงคนทั่วไปให้เข้าถึงการท่องเที่ยวท้องถิ่นได้ และสร้างภาพลักษณ์ว่าการท่องเที่ยวท้องถิ่นก็สามารถให้บริการที่ดีได้

ตัวอย่าง หมู่บ้านหล่อย (Hloyo) ของชาวอาข่า ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 20 ปี แต่รายได้กลับเข้าถึงชุมชนเพียง 20% โลกอล อไลค์ จึงอบรมทักษะต่างๆ ให้เขาสามารถทำงานกับเว็บไซต์ได้ อบรมไกด์ท้องถิ่นที่พูดภาษาอังกฤษและให้บริการอย่างมืออาชีพ มีความพร้อมในการขายโฮมสเตย์ได้โดยเชื่อมกับสตาร์ทอัพรายอื่น ไม่เพียงแต่โลกอล อไลค์ เท่านั้น ทำให้รายได้ในชุมชนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยปี 2016 มีรายได้ 70,000 บาท ปี 2017 มีรายได้ 230,000 บาท 2018 มีรายได้ 1.5 ล้านบาท และยังมีกองทุนเพื่อพัฒนาทั้งโครงสร้างชุมชนและเยาวชน ผู้สูงอายุก็มาทำเชิงวัฒนธรรมให้ได้ด้วย ที่นี่เป็นชุมชนซึ่งมีการจองอย่างต่อเนื่อง

ไม่เพียงในต่างจังหวัด แต่ชุมชนในเมืองอย่างคลองเตย

ซึ่งมีภาพลักษณ์เป็นสลัมที่นรกแล้ว แต่ในด้านมืดก็ต้องมีด้านสว่าง จึงใช้การท่องเที่ยวมาสนับสนุนด้านสว่าง พัฒนาโครงการผ่านการระดมทุนกับเทคโนโลยีตทคอม และร่วมงานกับมูลนิธิดวงประทีป สามารถทำทัวร์ 1 วันให้คนมาศึกษาเรื่องราวของชุมชนคลองเตย 4 ปีผ่านไปชุมชนก็สามารถจัดการการท่องเที่ยวด้วยตัวเองได้ สร้างรายได้จากราว 57,000 บาท ในปี 2017 เป็นกว่า 459,000 บาทในปี 2018

ตอนนี้โลกอล อไลค์ ทำงานกับกว่า 100 ชุมชนใน 42 จังหวัด ดึงนักท่องเที่ยวได้ราว 32,000 คนเข้าชุมชน สร้างรายได้มากกว่า 54 ล้านบาท และกำลังขยายงานไปประเทศข้างเคียงอย่างเวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

**“โลกอล อไลค์ พัฒนาเครื่องมือ คน และธุรกิจ ในท้องถิ่น โดยมีบริษัทช่วยพัฒนาแพลตฟอร์ม เชื่อมนักท่องเที่ยวรายบุคคลไปถึงชุมชน คนในชุมชนก็สามารถใช้งานได้ง่าย สิ่งสำคัญที่สุดคือ ต้องรักษาสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตอย่างยั่งยืน”**



Local Alike, a community-based travel startup and social enterprise, offers a broad selection of packages including tours led by locals, local food experience, and local activities. Not only does it aim to serve visitors, but also to sustainably develop the locals' livelihoods by bringing in technology that deals with three issues including lacking of business knowledge of the locals, connecting the general public with community-based tourism, and giving an image that community-based tourism can equally provide good service.

An example is Hloyo, an Akha village, which has been in tourism industry for over 20 years. It, however, generated income to the community only 20%. Local Alike therefore trained many skills essential for working with the website such as a language and service training, and training how to sell a homestay package by connecting with startups other than Local Alike. This has continuously earned the community income of THB 70,000 in 2016; THB 230,000 in 2017; and THB 1.5 million in 2018. In addition, a fund has been set up for infrastructure and youth development. Meanwhile

the senior take part in the cultural programs, which contribute to consistent tour bookings for this community. Not only the countryside, the urban community like Khlong Toei which has the negative image of slums also offers a one-day tour for visitors. Having collaborated with Duang Prateep Foundation and been funded by tajja.com, the community is now responsible for tourism management themselves, increasing income from THB 57,000 in 2017 to more than THB 459,000 in 2018.

Currently Local Alike works with more than 100 communities in 42 provinces, bringing in 32,000 visitors to the community and generating income more than THB 54 million. It also expands into the neighbor countries like Vietnam, Malaysia and Indonesia.

**“Local Alike develops tools, humans and businesses in localities with the help of an easy-to-use platform that connects visitors with the communities. The most important thing is we have to save the environment and promote sustainability.”**



---

# **ASIA & GLOBAL MARKET CONFERENCES**

25 Jul 19

---

---

3.6

# CONFERENCES

---

## SOUTH EAST ASIA: AN EMERGING OF STARTUP SILKROAD

25 July 2019

11:00 - 11:30

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**ไทโซ ซัน**

**ผู้ก่อตั้ง บริษัทมิสเทลโท อินค์**

Taizo Son

Founder of Mistletoe, Inc.



Mistletoe, Inc. คือองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อเชื่อมโยงกลุ่มการศึกษา ชุมชนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ กลุ่มนักลงทุน นักวิจัย ตลอดจนชนพลเมือง ในการสร้างสรรค์และยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับคน สังคม รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงโลกให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืนผ่านเครื่องมือที่เรียกว่า ‘เทคโนโลยี’ โดย Mistletoe, Inc. จะทำหน้าที่เป็นกำลังสำคัญในการสนับสนุนด้านเงินทุนและความรู้ให้แก่กลุ่มสตาร์ทอัพเพื่อให้พวกเขาสามารถเติบโตขึ้นได้ในแนวทางของตัวเองได้อย่างมีคุณภาพ

ภารกิจของ Mistletoe, Inc. ทำงานครอบคลุมตั้งแต่เรื่องการลงทุนด้านการเงิน การพัฒนาและวิจัย ไปจนถึงการพัฒนากระบวนการที่เหมาะสมให้แก่กลุ่มสตาร์ทอัพต่าง ๆ ที่ผ่านมา พวกเขาทำงานร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการจากทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น Zipline บริการส่งอุปกรณ์และเครื่องมือทางแพทย์ด้วยโดรนที่ช่วยร่นระยะเวลาในการขนส่งซึ่งทำให้การช่วยเหลือถึงที่หมายได้อย่างทันท่วงที่ WOTA Inc. กับการพัฒนาระบบปริ๊นเคิลน้ำที่สามารถช่วยประหยัดทรัพยากรด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ได้แบบเรียลไทม์ผ่านเทคโนโลยีเซนเซอร์ และ AI ไปจนถึง VIVITA ศูนย์การเรียนรู้ที่เปิดพื้นที่ให้เด็ก ๆ มาสามารถเข้ามาทำกิจกรรมสร้างสรรค์และทดลองทำสิ่งที่ต้องการได้แบบฟรี ๆ โดยจะมีกลุ่มอาสาสมัครซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาอาชีพต่าง ๆ มาเป็นที่ปรึกษาและให้ความรู้เพื่อสร้าง

ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นเครื่องมือติดตัวแก่เด็ก ๆ ในการดำรงชีวิตในอนาคต เป็นต้น

ในมุมมองของ Mistletoe, Inc. พวกเขาเชื่อว่า ความคิดสร้างสรรค์คือเครื่องมือสำคัญของมวลมนุษยชาติที่ช่วยในการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ รวมถึงการดำรงชีวิตให้อยู่รอดได้ท่ามกลางเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง โดย Mistletoe, Inc. และ Taizo Son เชื่อว่า 5 สิ่งที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโลกให้ดีขึ้นได้ก็คือ การมีวิสัยทัศน์และความคิดที่ยิ่งใหญ่ การหาเพื่อนร่วมอุดมการณ์เพื่อให้ความคิดเหล่านั้นถูกพัฒนาออกมาเป็นรูปธรรม จงอย่ากลัวและไม่ลังเลที่จะสร้างทางเดินของตัวเองโดย คิดให้ใหญ่เสมอ และหนทางที่ดีที่สุดในการคาดการณ์อนาคตก็คือการลงมือสร้างมันด้วยมือของเราเอง

“จงเดินบนเส้นทางของตัวเองและอย่ากลัวที่จะโดดเดี่ยวท่ามกลางผู้คน คุณไม่จำเป็นต้องเรียนรู้จากสิ่งที่มืออยู่แล้ว บางครั้ง ตัวผมเองก็ตัดตัวเองออกจากตัวอย่างของคนที่เคยประสบความสำเร็จ เพราะถ้าผมเริ่มเรียนรู้จากคนเหล่านี้ ผมจะไม่สามารถสร้างสิ่งใหม่ที่เป็นต้นแบบขึ้นมาได้เลย”



Aimed at linking academia, young entrepreneurs, investors, researchers, and visionaries all together in order to create and lift up the quality of life of people and society, as well as to sustainably make the world a better place to live through an important tool, 'technology', Mistletoe, Inc. is committed to funding and broadening startups' knowledge so that they are capable of maintaining their healthy growth.

The mission of Mistletoe, Inc. covers startup investment, research and development, and ecosystem development. Recently its community has collaborated with entrepreneurs from all over the world, for example, Zipline, a medical equipment delivery drone startup that provides the most time-efficient service, WOTA Inc., an AI-enabled water recycling system that achieves real-time high water quality with sensors, and VIVITA, a creative learning space that gives all the children free access to creative learning environment with a network of volunteer experts who build skills and enhance children's creativity as a tool for future living.

Mistletoe, Inc. believes that creativity is an essential

tool for human beings, which fosters development and is particularly vital to survival in an endlessly technology-driven environment. Mistletoe, Inc. and Taizo Son are also convinced that the world can be bettered by five significant contributors including:

- 1) Having vision and great ideas
- 2) Finding a partner who will develop ideas into concrete actions
- 3) Being unafraid of or reluctant to create your own path
- 4) Always thinking big, and
- 5) The best way to predict the future is to create it ourselves.

**“Go our own way, so don't be afraid of being isolated from the mainstream. You don't have to learn from the existing model. Sometimes I shut down to learn from successful model because if I start learning from this kind of things, then we cannot create the original one.”**

## DIGITAL TRANSFORMATION IN SEA

25 July 2019

11:30-12:00

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**เอกราช ปัญจวิณิน**

**กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรู ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด**

Ekaraj Panjavinin

Managing Director, True Digital Group



ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เราจะเห็นได้ถึงการเปลี่ยนแปลงของแนวความคิดในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจในยุคดิจิทัล ตั้งแต่การวางรากฐาน การตั้งเป้าหมาย รวมทั้งการดำเนินธุรกิจและส่งต่อคุณค่าให้กับผู้บริโภค ซึ่งไม่เพียงแต่ในภาคปฏิบัติที่มีการเปลี่ยนแปลงระดับมหาดศาลเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงในเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนส่งผลโดยตรงต่อคนและสังคมด้วยเช่นกัน หรือที่เราเรียกกันว่า 'Digital Transformation'

สำหรับ True Digital Group พวกเขามีแนวคิดในเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลไปไกลกว่านั้น โดยพวกเขามองว่าเทคโนโลยีดิจิทัลคือเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญ ตั้งแต่ในระดับบุคคลที่เทคโนโลยีดังกล่าวจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้ผลลัพธ์ซึ่งมีประสิทธิภาพมากขึ้นในเวลาที่น่า้อยลง การเปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคไปสู่การเป็นผู้สร้างสรรค์นวัตกรรม ช่วยเพิ่มศักยภาพการทำงาน และสร้างโอกาสทางธุรกิจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ สู่ตลาดโลกได้อย่างไร้พรมแดน ขณะที่ในระดับองค์กร ดิจิทัลเทคโนโลยีนั้นช่วยตอบโจทย์ในการสื่อสารและสร้างความเข้าใจระหว่างลูกค้าและองค์กร เป็นปัจจัยในการพัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากร เป็นเครื่องมือในการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และช่วยใน

เรื่องการจัดการด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างราบรื่น

ในการทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลกลายเป็นแก่นความคิดสำคัญของสังคมได้นั้น เราต้องเชื่อมโยงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องเหล่านี้ให้เข้ากับกลุ่มผู้ใหญ่เพื่อให้เกิด knowledge sharing หรือการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น และปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นในที่สุด สำหรับในระดับภูมิภาคนั้น การสร้างความร่วมมือเพื่อสร้างคุณค่าและระดมสมองผู้เชี่ยวชาญมาช่วยกันพัฒนาเทคโนโลยี ก็จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็จะเป็นรากฐานหลักที่จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งและก้าวหน้าให้สังคมและประเทศได้ในอนาคต

“พวกเราอยู่ในยุคที่เรียกว่าเป็นยุคที่ดียุคหนึ่งเลยก็ว่าได้ ในสมัยก่อน หลายสิ่งหลายอย่างอาจจะคิดได้แต่ทำไม่ได้ แต่ด้วยศักยภาพของดิจิทัลเทคโนโลยี ทำให้ปัจจุบัน เราคิดได้และสามารถทำมันสำเร็จได้แล้ว”



Over the past few years, we have experienced a change in the concept of utilizing technology in business in the digital era, ranging from laying foundations, setting the targets, running business and delivering values to customers. Not only does this bring about a revolutionary change in practices, but also a cultural change and a direct effect on people and society as a whole which is known as 'Digital Transformation'.

At True Digital Group, the concept of digital technology goes beyond just that. Digital technology is regarded as an essential tool that propels development in many aspects both for individuals and organizations. For individuals, digital technology plays a significant role in helping manage tasks with higher time-efficiency, changes the role from being a consumer to an innovator, increases work efficiency, and opens up business opportunities through the creation of new products and the introduction to the global market accordingly. For organizations, digital technology enhances communication efficiency and enriches understanding between customers and organizations. Also, it is a factor contributing to

skill and capability development of human resource and can be used as a tool for inventing new products, as well as facilitating management efficiency.

To make digital technology the core concept of society, it is important to connect the young generation who have developed skills and knowledge with the older generation to encourage knowledge sharing which promotes an exchange of information, an exchange of opinions and interaction and therefore leads to mutual understanding. At regional level, encouraging cooperation for value creation and brainstorming ideas from experts for technology development are a crucial factor which contributes to learning whereby results can be fundamental to the creation of strength of the society and the country in the future.

**“We are in one of the greatest eras. In former times, we dreamed of many things, but were unable to make it real. But now, with the potential of digital technology, we can make our dreams come true.”**

## ROADMAP FOR STARTUP GROWTH DESCRIPTION

25 July 2019

13:00 - 13:30

Main Stage, True Digital Park

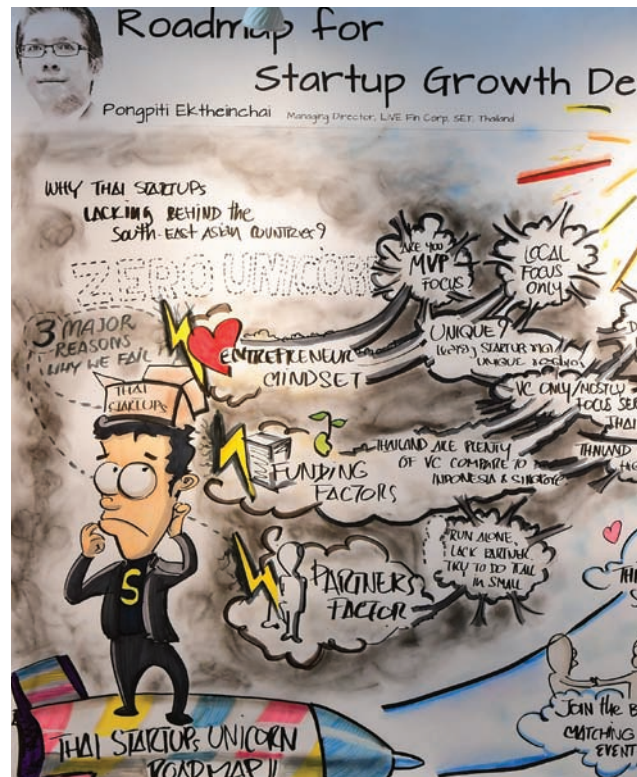
Speaker

พงษ์ปิติ เอกเทียนชัย

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไลฟ์ ฟินคอร์ป จำกัด ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Pongpiti Ektheinchai

Managing Director, LiVE Fin Corp, SET, Thailand



ในช่วงหลายปีมานี้ แม้ธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยจะคึกคักและเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยจำนวนที่มีมากถึง 1,700 ราย ทว่ากลุ่มธุรกิจดังกล่าวยังไม่ประสบความสำเร็จจนก้าวสู่การเป็นยูนิคอร์นด้วยปัจจัยหลาย ๆ ประการ โดยอุปสรรคที่ขัดขวางการเติบโตของธุรกิจดังกล่าวนี้มี 3 ข้อใหญ่ ๆ ได้แก่

1) ความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการ - โดยสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ของไทยมักพบอุปสรรคในแง่ของการไม่มีตลาดรองรับที่ดี การสร้างสรรค์สินค้าและบริการยังไม่สามารถตอบโจทย์ตลาดได้ รวมทั้งยังไม่มีอัตลักษณ์ในแง่ของผลิตภัณฑ์ไปจนถึงการสร้าง solution ที่แก้ปัญหาได้แค่เพียงเฉพาะจุด

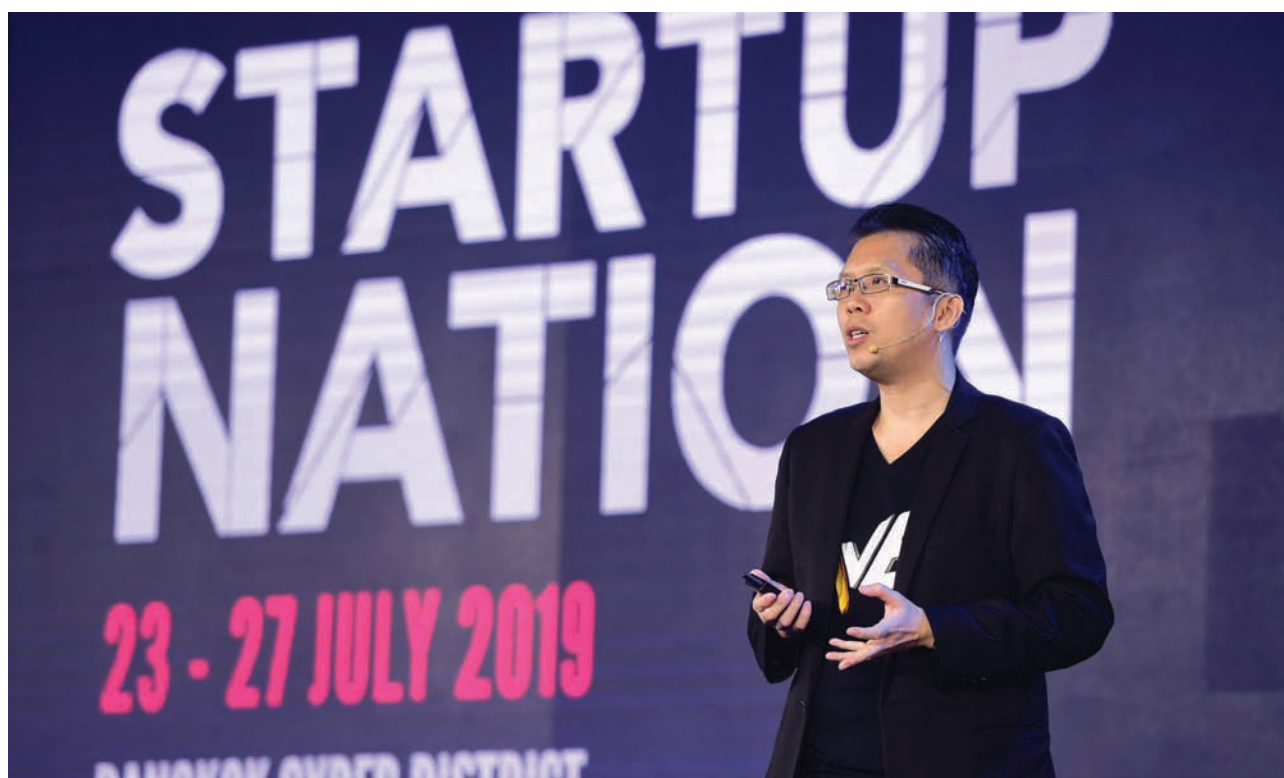
2) การระดมทุนจากกลุ่มนักลงทุน - ที่มีพบกับปัญหา Financial Gap ซึ่งกลุ่มนักลงทุนมักสนใจกับสตาร์ทอัพที่มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากกว่ากลุ่มสตาร์ทอัพขนาดเล็กและกลุ่มที่เพิ่งเริ่มต้น

3) การแสวงหาพันธมิตรที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และบริการ - เพื่อสนับสนุนธุรกิจให้สามารถเติบโตและประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

ด้วยปัจจัยดังกล่าว ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงมีการสร้างแพลตฟอร์มในการช่วยแก้ปัญหาหนึ่งนั้นคือการพัฒนาระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่ชื่อว่า LIVE

ดำเนินงานโดย บริษัท ไลฟ์ ฟินคอร์ป จำกัด โดยมีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ เพื่อระดมทุนและการซื้อขายหลักทรัพย์ แพลตฟอร์มดังกล่าวจะทำหน้าที่เป็นตลาดสำหรับธุรกิจประเภท SME และสตาร์ทอัพเพื่อช่วยลดข้อจำกัดในการระดมทุนเพื่อนำเงินทุนไปใช้ในการขยายธุรกิจ นอกจากนี้ก็ยังมีกรอบแบบโปรแกรมที่ชื่อว่า Startup Showcase ซึ่งเป็นการเปิดพื้นที่ให้กลุ่มสตาร์ทอัพทั้งหลายมีโอกาสดำเนินงานได้ นำเสนอวิสัยทัศน์ รูปแบบสินค้าและการให้บริการต่อนักลงทุน เพื่อนำไปสู่การจับคู่ธุรกิจที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการเติบโตต่อไป

“สิ่งสำคัญที่ทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพยังไม่สามารถเติบโตได้เสียทีเดียวก็คือการมองเป็น end-to-end process หลายคนบอกว่าเราพยายามจะคิดค้นเพื่อแก้ปัญหา แต่ปัญหาดังนั้นเป็นปัญหาเฉพาะจุดเท่านั้นเอง หากเราสามารถมองในมุมมองของ supply chain และคิดวิธีแก้ปัญหาให้ครบถ้วนทั้งหมดของ supply chain แล้ว สิ่งนี้จะทำให้บริษัทเติบโตขึ้นไปได้อีกเป็นเท่าทวีคูณ”



Over the past few years, we have seen the number of Thai startups continuously rising up to 1,700; however, they are not strongly developed enough to step up as a unicorn startup. This can be caused by a number of factors, the three most relevant of which include:

1) The readiness challenge in being an entrepreneur, resulting from lack of potential markets, inability to create products and services that meet the market needs, lack of product identity, and limited ability to offer a solution.

2) A problem with fund raising from investors which particularly affects small and early-stage startups since investors tend to invest in high potential startups

3) A challenge in finding a right business partner that fits for the products and services which helps achieve business growth and success as planned

To cope with those challenges, Stock Exchange of Thailand (SET) developed several platforms. One example is LIVE, an electronic network operated by LiVE Fin Corp Co., Ltd. of which SET is a major shareholder, that raises funds through buying and selling stock

shares. LiVE acts as a market for SMEs and startups which reduces fund raising barriers. In addition, a program called Startup Showcase was developed to open up an opportunity for startups to present their vision, products and services to investors, leading to effective and potential business matching.

**“The most important factor that hinders startups’ growth is that a business solution is suggested in the style of end-to-end process which is in fact effective only in a certain specific area. If the solution is proposed from the perspective of supply chain by which the problem is taken through the supply chain process, it will be likely to promote double growth to business.”**



## THE BIG DEAL: KASIKORN X GRAB

25 July 2019

13:30 - 14:00

TDPK Main Stage

Speaker

• ศุภนิเวศรณ จุตระกูล

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย

• จันต์สุดา ธานานิตยอุดม

ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด แกร็บ ประเทศไทย

• Supaneewan Chutrakul,

First Senior Vice President, Kasikorn Bank

• Chantsuda Thananitayaudom,

Country Marketing Head, Grab Thailand

เป้าหมายสำคัญของการร่วมมือกันระหว่างธนาคารกสิกรไทยและแพลตฟอร์มออนไลน์-ทู-ออฟไลน์ (O2O) อย่าง Grab Thailand นั้นเกิดขึ้นเพื่อพัฒนานวัตกรรมร่วมกัน รวมไปถึงความต้องการในการเชื่อมโยงผู้คนที่ใช้บริการทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็น ลูกค้าที่ใช้บริการ ผู้ขับขี่ ร้านค้า และตัวแทนของ Grab โดยความร่วมมือกันดังกล่าวประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

- การบริการทางการเงินในรูปแบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ 'GrabPay by KBank' ซึ่งเป็นโมบายล์วอลเล็ตเพื่อใช้ในการชำระค่าเดินทาง ค่าบริการรับส่งสินค้า ตลอดจนการโอนเงินให้กับเพื่อนหรือครอบครัวสำหรับการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ รวมทั้งการใช้จ่ายผ่าน QR Code ในร้านอาหารและร้านค้าทั่วประเทศไทย

- การพัฒนาให้แอปพลิเคชัน K PLUS เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้บริการของทั้งกสิกรไทยและ Grab สามารถใช้งานร่วมกันได้แบบครบวงจรและราบรื่น

- การนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าในวงจรรถทำให้บริการของธนาคารกสิกรไทยและ Grab ไม่ว่าจะเป็นการเสนอสินเชื่อกสิกรไทยแบบ personal loan ให้แก่ผู้ขับขี่ Grab สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น โดยพิจารณาอนุมัติสินเชื่อนั้นจากข้อมูลและประวัติการทำงานของผู้ขับขี่ การนำเสนอบริการ 'Grab for Business' ให้ลูกค้าประเภท SME ของธนาคารกสิกรไทยเพื่อช่วยบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการเดินทางของบริษัท ตลอดจนการสื่อสารและสร้างการรับรู้ของแบรนด์พร้อม ๆ ไปด้วยการเข้าถึงลูกค้าผ่านการโฆษณาของ Grab เป็นต้น

โดยธนาคารกสิกรไทยได้วางกลยุทธ์ในการร่วมมือกับพันธมิตรในแต่ละธุรกิจรวมถึง Grab ด้วยแนวคิดในการผสานจุดแข็งของแต่ละฝ่ายเพื่อร่วมกันนำเสนอบริการที่ดีที่สุดให้กับการใช้ชีวิตของลูกค้าและสร้างให้เกิด Digital Lifestyle Ecosystem ที่จะทำให้นักค้าใช้บริการบนแพลตฟอร์มของทั้งธนาคารและ Grab ได้อย่างสะดวก และเชื่อมโยงผู้คนทั้งระบบให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ทุกวัน โดยการร่วมมือกันในครั้งนี้เป็นการพัฒนา ทั้งแพลตฟอร์มเพื่อที่จะขยายธุรกิจให้เติบโต ตลอดจนสร้างโอกาสให้ลูกค้าทั้งวงจรรถของทั้งสองบริษัทก้าวไปพร้อมกับโอกาสที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

“สิ่งแรกในกลุ่มสตาร์ทอัพต้องมี คือสตาร์ทอัพต้องแข็งแกร่งด้วยตัวเอง หากพวกเขาเข้าใจในธุรกิจของตัวเอง เข้าใจใน pain point ของลูกค้าได้ เขาจะมีความเข้มแข็งในสิ่งที่ทำอยู่ และนั่นจะเป็นตัวที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนในการเข้าไปเป็นพันธมิตรได้ต่อไป”

ศุภนิเวศรณ จุตระกูล

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย



The primary objectives of collaboration between Kasikorn Bank and Grab Thailand, an online-to-offline platform (O2O), are to collaboratively develop innovation and connect service users of the entire system including customers, drivers, stores, and Grab representatives all together. The collaboration consists of three parts:

- 'GrabPay by KBank', a financial service through mobile wallet that supports payment for Grab's transport, delivery services, and transferring funds to individuals and purchasing products online or making QR code payments at stores

- The development of K PLUS application to provide KBank's and Grab's customers with complete services in one app

- Providing the customers with services that allow easier access to funds such as offering a personal loan to Grab drivers of which the credit approval is evaluated by the drivers' background check; offering the service of 'Grab for Business' for Kbank's SMEs customers, and building awareness of the brand and communicating, as well as reaching customers through Grab advertisement

Kasikorn Bank developed strategies to collaborate with each business partner including Grab with the tactics of gathering strength of each business to provide the customers with the best service and build up a digital lifestyle platform which is convenient to customers. Also it links people and offer new experience on a daily basis.

The collaboration is to develop the entire platform for business growth and create opportunity to customers of both companies with continuous growth.

**“The first quality the startups must be self-reliant. If they clearly understand their own business and the customers' pain points, they will grow strong and that will boost confidence among investors and in turn become their partner.”**

Supaneewan Chutrakul,  
First Senior Vice President, Kasikorn Bank

## ROLES OF THE FEDERATION OF THAI INDUSTRIES TO DRIVE STARTUP

25 July 2019

14:00 - 14:20

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**อมฤต ฟรานเซน**

**กรรมการ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย**

Amarit Franssen, Board of Director,  
Federation of Thai Industries

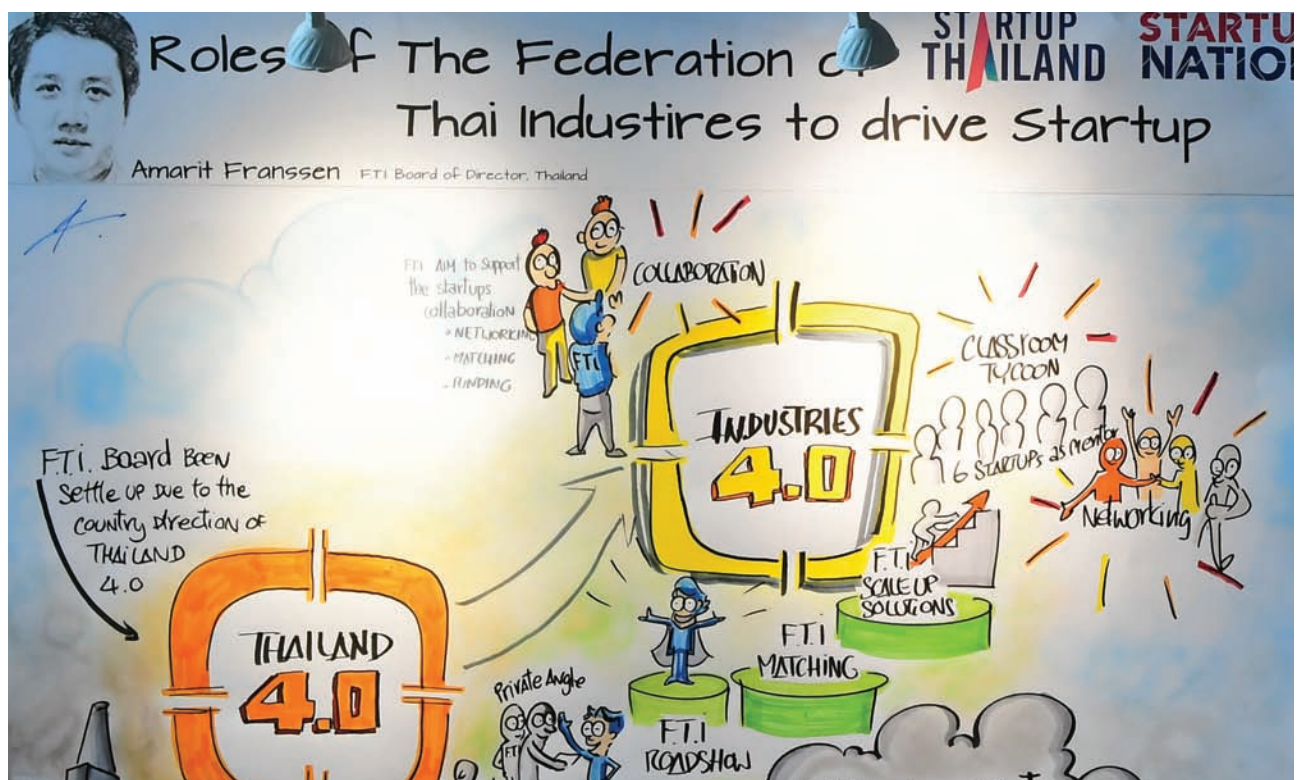


สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยคือองค์กรไม่แสวงหากำไร ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจภาคเอกชนของไทยให้เข้มแข็งเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและโลก โดยบทบาทหลักของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้แก่ ขับเคลื่อนและสร้างความเข้มแข็ง ตลอดจนร่วมพัฒนาอุตสาหกรรมไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ และผู้ประกอบการ รวมไปถึงผู้ประกอบการอื่น ๆ

ด้วยเป้าหมายที่ต้องเปลี่ยน Thailand 2.0 และ 3.0 เพื่อก้าวไปสู่ Thailand 4.0 สภาอุตสาหกรรมเชื่อว่า ภารกิจดังกล่าวนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายเข้ามาขับเคลื่อนร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากกลุ่มผู้ทำธุรกิจสตาร์ทอัพต่าง ๆ ที่จะเป็นกลไกสำคัญในการเปลี่ยนให้ประเทศไทยให้เข้าสู่ Thailand 4.0 โดยสิ่งที่ธุรกิจสตาร์ทอัพจะได้รับจากการเข้าไปช่วยเหลือสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มีตั้งแต่โอกาสของการเติบโตในธุรกิจของตัวเองจากกระบวนการช่วยเหลือและสนับสนุนของสภาฯ ไม่ว่าจะเป็นการทำ pilot test ในการทดลองตลาด เงินทุนสนับสนุน รวมไปถึงการ

เข้าร่วมในกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Roadmap ซึ่งเป็นการดึงเอากลุ่มสตาร์ทอัพมาทำเวิร์คช็อปพร้อมกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันในอนาคต โครงการ Hackathon Project ในการจุดประกายและสนับสนุนเด็ก ๆ ในระดับอุดมศึกษาที่สนใจธุรกิจสตาร์ทอัพ ให้มีโอกาสได้นำเสนอสิ่งที่พวกเขาสนใจ โปรแกรม Brain ในการดึงผู้นำในอุตสาหกรรมมาเป็นที่ปรึกษาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กลุ่มสตาร์ทอัพ โดยมีการดึงผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมมาเป็นที่ปรึกษาในขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มสตาร์ทอัพเหล่านี้เติบโตในธุรกิจของตัวเองได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน

“ทุกอย่างเป็นเรื่องท้าทาย เราไม่ต้องการให้กลุ่มสตาร์ทอัพทำงานเพียงลำพัง หรือสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยสร้างสตาร์ทอัพขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาอยู่เพียงฝ่ายเดียว ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้ว ทุกฝ่ายสามารถเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ใหญ่กว่าได้”



Federation of Thai Industries is a non-profit organization aimed at continuously developing and strengthening Thai private sector which supports the domestic and the global economic development. The major role of Federation of Thai Industries is to drive, strengthen, and develop Thai industries in improving competitiveness in the international level. It is also the center of collaboration between industries and entrepreneurs, as well as consumers.

With the mission of transforming Thailand 2.0 and 3.0 into Thailand 4.0, Federation of Thai Industries believes that the mission is dependent on cooperation from many sectors that work in partnership to transform the mission into reality. Startups will in particular be a moving cogwheel that drives the transformation of Thailand into Thailand 4.0. Cooperating with Federation of Thai Industries, the startups will gain considerable opportunities ranging from an opportunity to grow their own business with the help of Federation of Thai Industries such as a pilot project for market test, financial support,

and an opportunity to participate in many projects; for instance, Roadmap, a workshop participated by startups and industries for future cooperation; Hackathon Project, a project that supports university students who are determined to build a startup to come to present their vision; Brain, a program in which experts in various industries mentor the participants in every stage of business so that the participating startups achieve sustainable growth.

**“Everything is challenging. We do not want startups to work all alone, nor does Federation of Thai Industries create startups to solve the problem on their own. This is because in reality every party can work in partnership for the greater goal.”**

## WEWORK LABS: SPARKING INNOVATION THROUGH COMMUNITIES

25 July 2019

14:20 - 14:40

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**เอเดรียน ตัน**

**หัวหน้าห้องปฏิบัติการ WeWork Southeast Asia**

Adrian Tan

Head of WeWork Labs Southeast Asia



WeWork คือผู้ให้บริการด้านโคเวิร์กิงสเปซจากอเมริกา ที่ไม่ได้ให้บริการเพียงแค่การเปิดพื้นที่ที่คนสามารถมานั่งทำงานร่วมกันเท่านั้น แต่สิ่งที่คุณเขาตั้งใจคือการสร้างพื้นที่ที่ช่วยก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้สมาชิกที่มาใช้บริการมีโอกาสใหม่ ๆ มีความตื่นตัวในการทำงาน และก้าวสู่การเติบโตในเส้นทางซึ่งตัวเองสนใจได้ในอนาคต

WeWork ก่อตั้ง WeWork Labs เมื่อราว 1 ปีก่อน เพื่อทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มด้านนวัตกรรมในการให้การช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพที่อยู่ในระยะเริ่มต้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจ รวมถึงกลุ่มคนที่ต้องการทำงานร่วมกับทั้งสองกลุ่มธุรกิจข้างต้น โดยล่าสุด WeWork Labs เปิดตัวโครงการฟู้ด แล็บส์ (Food Labs Program) โครงการที่มีเป้าหมายหลักในการสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารและการเติบโตของสตาร์ทอัพ โดยร่วมมือกับผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และนักลงทุน มาร่วมสร้างชุมชนแห่งนวัตกรรมเพื่อรองรับความต้องการในอุตสาหกรรมอาหาร โดยในประเทศไทย WeWork Labs ได้ทำงานร่วมกับ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สนช., บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และมหาวิทยาลัยมหิดล ก่อตั้งโครงการที่มีชื่อว่า SPACE-F เพื่อสร้างระบบนิเวศในการให้ความช่วยเหลือกลุ่มสตาร์ทอัพเพื่อให้พวกเขาสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรได้ง่ายและสะดวกมากขึ้นและนำไปสู่การเติบโตในทางธุรกิจที่ดีที่สุด โดย WeWork Labs จะทำหน้าที่ในการให้คำแนะนำ ให้ความรู้และเสริมสร้างความสามารถที่จำเป็นให้กับสตาร์ทอัพที่เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลาของการเข้าร่วมโครงการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีเกิดขึ้นได้จริงในประเทศไทย

**“ชุมชนคือนวัตกรรม มันไม่ใช่เพียงพื้นที่ ไม่ใช่แค่เทคโนโลยี แต่คือพื้นที่ที่เราสามารถดึงเอาผู้คนมารวมตัวกันได้”**



WeWork, a co-working from the US, is not only a shared office space but also a community that encourages creativity and allows members to find opportunities, be pro-active, and pursue their personal growth.

About a year ago WeWork Labs was founded to be an innovation platform that facilitates the early-stage startups, enterprises, and those who seek partnership. Recently it developed Food Labs Program which aims to support food industry and promote startups' growth through collaboration with entrepreneurs, experts, and investors in creating innovation community to cope with the rising demands in food industry. In Thailand WeWork Labs collaborates with National Innovation Agency, Thailand (Public Organization), Thai Union Group PCL., and Mahidol University to initiate a project SPACE-F to

build up ecosystem that facilitates startups and allows an access to resources contributing to business growth. To achieve these objectives, WeWork Labs will give advice and knowledge, and build required capability of startups during the program so that products and services are made available in Thailand.

**“Community is an innovation. It is not just a space; nor is it technology, but it is really the people that you can bring together behind it.”**

## THE NEW CREATIVE ECONOMY

25 July 2019

14:40 - 15:00

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**เอียน เมสัน**

**ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เรนโบว์ บริดจ์**

Ian Mason

CEO of Rainbow Bridge



เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมจากมูลค่าทางความคิดของมนุษย์ โดยอุตสาหกรรมหลักที่เกี่ยวข้องกับ Creative Economy นั้นก็คืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีการใช้ทักษะเฉพาะตัวในเชิงความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา ศิลปะและวัฒนธรรมที่มีอยู่เป็นต้นทุนในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการไม่ว่าจะเป็นงานออกแบบสาขาต่างๆ งานศิลปะ หัตถกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์ เพื่อเป็นกลไกในการสร้างและกระจายรายได้ รวมไปถึงการสร้างงานและอาชีพให้กับคนในสังคมด้วย

ทุกวันนี้ 2 แรงกระตุ้นอันเป็นสิ่งขับเคลื่อนทั้งในเชิงสังคมและเศรษฐกิจก็คือ ดิจิทัลเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากเราจะนิยามคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน ความหมายของมันคาบเกี่ยวระหว่างธุรกิจ ศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพเองก็นับว่าเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ที่ทำให้สังคมเห็นได้ถึงการพัฒนาโมเดลธุรกิจแบบใหม่ การเกิดขึ้นของผลิตภัณฑ์และบริการแนวใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้คนได้ทำในสิ่งที่ตัวเองรักพร้อม ๆ ไปด้วยกับการสามารถหาเลี้ยงชีพไปได้ในเวลาเดียวกัน

สิ่งที่แต่ละประเทศควรคำนึงถึงเพื่อขยายการเติบโตให้

กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็คือ การให้ความสำคัญในเชิงความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศตัวเองและร่วมมือกับประเทศที่มีจุดแข็งคล้าย ๆ กันเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้งระบบ นอกจากนี้ยังรวมถึงการศึกษาที่ในอนาคตควรจะเป็นไปในแนวของการร่วมมือ ตลอดจนการสร้างรูปแบบการเรียนรู้เพื่อให้คนรุ่นใหม่มีทักษะในการประยุกต์ใช้ความรู้มากกว่าที่จะให้ความสำคัญไปกับการแข่งขันระหว่างกัน โดยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นแนวทางหนึ่งในการช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถพัฒนาศักยภาพของตัวเองเพื่อนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

“สิ่งที่น่าสนใจในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือมันเป็นการช่วยสนับสนุนให้เกิดการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมอย่างเท่าเทียม รวมทั้งยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม พร้อม ๆ ไปด้วยการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์”



The creative economy is the socioeconomic development having creativity as the main driver. The sector is concentrated around the products and services which rely on creative skills, intellectual property, and arts and cultures bearing creative products and services such as design work, handicrafts, publishing and printed media, radio and films. The creative economy is recognized as a sector that fosters income distribution and stimulates employment.

Nowadays the two moving cogwheels that drive social and economic growth are digital technology and the Internet. The creative economy can in fact be defined as the interface between business, art, culture and technology; in this regard, startups are thus considered one of the economic activities in the creative industries that demonstrate new business model development whereby the arrival of new products and services enable people to pursue their dreams while making a living.

To promote the creative economy, it is important that each country foster creativity, a source of economic strength, and collaborate with many others with similar strength to encourage the development of industries in the entire system. In addition, this also includes education, which should be provided by way of collaboration and formulation of learning models that promote knowledge application rather than competition. The development of creative economy will be one of the meaningful contributors to an increase in economic competitiveness that enables countries to fulfill their potential and lead to sustainable economic growth.

**“The creative economy is interesting, for it can promote social inclusion, cultural diversity, and human resource development.”**



---

# **ASIA & GLOBAL MARKET CONFERENCES**

26 Jul 19

---

---

3.7

# CONFERENCES

---

## THE FOUNDER

26 July 2019

10:00 - 11:30

Main Stage, True Digital Park

### Speakers

- **ดร. พันธุ์อาจ ชัยรัตน์** ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
- **ประยูร พลอยพรหมมาศ** ผู้ก่อตั้งและประธานห้างหุ้นส่วนจำกัดประยูร ออคิดส์
- **ยอด ชินสุภักกุล** ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและหนึ่งในผู้ก่อตั้งบริษัท วงใน มีเดีย จำกัด
- **พิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร** ผู้ก่อตั้งบริษัท คิดคิด จำกัด (กิจการเพื่อสังคม) และ ECOLIFE application

- Dr. Pun-Arj Chairatana, Director, National Innovation Agency (Public Organization)
- Prayoon Ployphommas, Founder and President, Prayoon Orchids Ltd., Part.
- Yod Chinsupakul, Co-founder and CEO, Wongnai Media Co., Ltd.
- Pipat Apiruktanakorn, Founder, Kidkid Co., Ltd. (Social Enterprise: SE) and ECOLIFE application

ด้วยเห็นความสำคัญของคน ‘The Founder’ หนังสือซึ่งบอกเล่าเรื่องราวของผู้ก่อตั้งธุรกิจนวัตกรรมที่มีคุณภาพ 25 คน จึงเกิดขึ้น โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติมุ่งหวังให้หนังสือเล่มนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดนวัตกรรมหรือ Innovator ที่มีคุณภาพ และก้าวขึ้นมาเป็น The Founder ในแบบฉบับของตัวเองในอนาคต

The Founder เป็นหนังสือที่ต่อยอดความสำเร็จมาจาก ‘100 Faces of Thailand’s Innovation Inspirers’ ซึ่งสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติจัดพิมพ์ขึ้นเมื่อปีที่ผ่านมา โดยหนังสือเล่มแรกได้บอกเล่าถึงเรื่องราวความสำเร็จของสุดยอดผู้นำทางด้านนวัตกรรมในหลากหลายสาขาอาชีพจำนวน 100 คน ขณะที่ The Founder ซึ่งเปิดตัวครั้งแรกในงาน Startup Thailand 2019 มีเนื้อหาที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นใน 3 ประเด็นที่เรียกว่า 3E อันเป็นองค์ประกอบที่จะส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ ได้แก่ Entrepreneurship – นำเสนอถึงเรื่องราวของตัวบุคคล และความเป็นผู้นำที่สร้างธุรกิจ Enterprise – การ

จัดตั้งในรูปแบบขององค์กรธุรกิจ และ Equity – การลดความเหลื่อมล้ำ ซึ่งเชื่อมโยงให้เห็นว่า นวัตกรรมหรือธุรกิจนั้นมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมอย่างไร

**“อ่านแล้วไม่ยากให้ทำตาม แต่อยากให้นำไปปรับใช้ ชัยชนะประยุกต์ ปรับทำไปเรื่อยๆ แรงบันดาลใจจากเรื่องราวของพวกเราเป็นเพียงจุดเริ่มต้น แต่สุดท้าย ทุกคนจะเป็น Founder ในแบบของตัวเอง”**

พิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร ผู้ก่อตั้งบริษัท คิดคิด จำกัด (กิจการเพื่อสังคม) และ ECOLIFE application



With the realization of the importance of human capital, 'The Founder', a book about 25 quality innovation business founders came out by National Innovation Agency (Public Organization)-NIA. It is aimed at being a source of inspiration for quality innovators who will be The Founder in their own way.

Following '100 Faces of Thailand's Innovation Inspirers', a remarkable book about the successes of 100 leading innovators from many fields which was published by NIA last year, The Founder, first launched in Startup Thailand 2019, digs deeper into three issues called 3E, the major factors contributing to quality entrepreneurs, including Entrepreneurship-presenting stories of each innovator and their creative leadership, Enterprise-demonstrating how business is set up, and Equity-showing how inequality can be reduced, all

illustrating the points of how innovation or business can affect social change.

**“This book is not intended to be followed, but apply diligently and constantly, The inspiration drawn from us is merely a starting point, which finally everyone will be The Founder in his or her own way.”**

Apiruktanakorn, Founder, Kidkid Co., Ltd.  
(Social Enterprise: SE) and ECOLIFE application

## CREATIVITY IN SOCIAL COMMERCE

26 July 2019

13:00 - 13:40

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**ภูมิพัฒน์ เตชะพูลผล,**

**Lead Business Product, LINE ประเทศไทย**

Poomphat Techapoonpon,

Lead Business Product, LINE Company

(Thailand)



Social Network และ Social Commerce เรียกได้ว่าเป็นสองส่วนที่เกี่ยวข้องกันอยู่โดยธรรมชาติ เนื่องด้วยเมื่อที่ไหนมีผู้คนรวมตัวกันอยู่มาก การซื้อขายของก็มักจะตามมา แต่ทั้งนี้ อะไรคือสิ่งที่จะทำให้การซื้อขายในรูปแบบ Social Commerce ของคุณประสบความสำเร็จ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของยุค Digital Disruption เช่นปัจจุบัน

ข้อดีของ Social Commerce คือการผสมผสานส่วนเด่นของมาร์เก็ตเพลสและอีคอมเมิร์ซมาผนวกกันไม่ว่าจะเป็นในเรื่อง

1. Traffic ที่สามารถเห็นการซื้อขายและเกิดการแชร์บอกต่อ
2. Identifiable ที่ทำให้เราระบุตัวตนของลูกค้าได้
3. Trade ที่มีรูปแบบการขายที่หลากหลาย และที่สำคัญที่สุดก็คือ
4. Relationship อันหมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและลูกค้าที่จะมีผลต่อการซื้อขายต่อไป ทำยที่สุดสิ่งที่เราจะได้รับจากตัวตนของ Social Commerce ในแง่ต่าง ๆ เหล่านี้ ก็คือ 'Data' ที่ทำให้แบรนด์สามารถเข้าใจลูกค้าได้มากขึ้น และถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างทิศทางของแบรนด์ต่อไป

กล่าวกันว่า ในยุคปัจจุบัน 'Data is the new oil.' หากแต่อีกหนึ่งสิ่งสำคัญที่จะทำให้สินค้าและบริการมีความโดดเด่น

และก้าวขึ้นมาเป็นที่ต้องการของผู้คน คือการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ลงไป เพื่อสร้างความแตกต่าง เช่นที่เห็นได้จากกรณีตัวอย่างของ LINE ที่จับมือกับแบรนด์ต่าง ๆ สร้างสรรค์โซลูชันสำหรับ Social Commerce ขึ้นมาอย่างหลากหลาย

ความคิดสร้างสรรค์ + เทคโนโลยี ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขณะที่ความคิดสร้างสรรค์ + เทคโนโลยี + ข้อมูล จะนำมาซึ่งนวัตกรรมที่ผู้คนที่ต้องการ คราวนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการแต่ละแบรนด์แล้วว่าจะนำสิ่งที่มีอยู่ในมือมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผลิตภัณฑ์ของตัวเองได้อย่างไร

“ผมเชื่อว่าเราจะเห็นถึงโอกาสที่เข้ามา เป็นเหมือนแสงจากประตูที่แจ่มอยู่ หาก你不ลองเปิดประตู ก็จะไม่มีการเห็นว่าประตูโอกาสนี้จะพาเราไปสู่ประตูที่มีข้างหลังต่อได้อย่างไรบ้าง ซึ่งกุญแจที่จะนำมาเปิดประตูนี้ ก็คือความคิดสร้างสรรค์ของคุณนั่นเอง”



Social Network and Social Commerce are regarded as two interdependent links naturally. Where there are a number of people, there is business subsequently. However, what makes your social commerce successful amid changes in the age of digital disruption?

The advantages of social commerce lie in the combination of strengths of marketplace and e-commerce including:

1. Traffic-buying and selling can be visible thus leading to acts of share
2. Identifiable-an ability to identify customers' identities
3. Trade-there are various forms of commerce
4. Relationship-there is development of relationship between business owners and customers which will afterwards bring about transaction.

Finally, what we will derive from social commerce is data which enable brand to gain customers' insight and are the core of brand building.

It is said that, these days, 'Data is the new oil', but another important factor contributing to the products and services differentiation, and therefore needed by consumers, is creativity.

Creativity + technology produce innovation, but creativity + technology + data bring about desired innovation. It really depends on the brands that how they will apply what they have in order to give the greatest benefits to their products and services.

**“I believe that we will one day see the opportunity. It is like a ray of light coming through the door left ajar. If you do not try opening it, you will never get to see how the door of opportunity can lead to another, and the key to open this door is your creativity.”**

## CREATIVITY & MARKETING: TREND BEYOND 2019

26 July 2019

13:40 - 14:30

Main Stage, True Digital Park

### Speakers

• อัศวิน พาณิชวัฒนา

Executive Creative Director, GREYnJ United

• สาริณี เลาศศิริ

Chief Marketing Officer, Rabbit's Tale

• Asawin Panichwatana,

Executive Creative Director, GREYnJ United

• Saroj Laohasiri,

Chief Marketing Officer, Rabbit's Tale

เทรนด์ Creativity & Marketing ในแวดวงโฆษณา มีทิศทางที่เปลี่ยนไป 'โฆษณา' เริ่มมีความหมายใหม่ จากแต่ก่อนที่โฆษณาต้องสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดูดีขึ้นไป ในปัจจุบัน สิ่งที่ผู้คนให้ความสำคัญคือ User Experience ทำให้แต่ละแบรนด์ต้องกลับไปมองที่จุดแข็งของตัวเอง แล้วนำเสนอว่าตัวตนของแบรนด์นั้นสร้างประสบการณ์อะไรให้แก่ลูกค้าได้บ้าง นอกจากนี้ การทำโฆษณาในรูปแบบของ Branded Entertainment จะทำให้ผู้คนสนใจและยอมรับมากกว่าโฆษณาในรูปแบบเดิม ๆ

อีกช่องทางหนึ่งซึ่งมีผลต่อหน้าตาของแบรนด์ คือ Collaboration อันเป็นการจับมือกันระหว่างแบรนด์ต่าง ๆ โดยเฉพาะในยุคที่สิ่งต่าง ๆ เปลี่ยนไปเร็วมาก การทำความเข้าใจร่วมมือระหว่างกันแล้วนำข้อดีที่ตัวเองมีอยู่มาต่อยอดให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน ย่อมง่ายและรวดเร็วกว่าการสร้างของใหม่ขึ้นมา ขณะเดียวกันวิธีนี้ยังก่อให้เกิดผลดีกับธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีคุณภาพแต่ขาดเรื่องเม็ดเงินในการซื้อสื่อ การทำ Collaboration กับแบรนด์ใหญ่ ๆ ย่อมทำให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ การสร้างสรรค์งานโฆษณาในปัจจุบัน ควรเป็นไปในแบบ More is More ซึ่งไม่ได้หมายถึงการทำชิ้นงานมากขึ้น แต่ต้องทำงานมากขึ้น ศึกษาข้อมูลให้มากขึ้น และทำให้ละเอียดขึ้น ไม่ใช่ทำโฆษณาขึ้นเดียว แต่ส่งถึงกลุ่มเป้าหมาย 20 กลุ่ม สิ่งที่แบรนด์จะต้องศึกษาคือ Data หรือข้อมูลที่มีอยู่

ในมือ เพื่อแยกย่อยกลุ่มเป้าหมายและรูปแบบการสื่อสาร พร้อมทั้งควรศึกษาเรื่องกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (Subculture) และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่ตั้งคมกำลังให้ความใส่ใจในขณะนั้น เช่น การใช้พลาสติก หรือการให้บริการที่รวดเร็วในแบบยุคดิจิทัล สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นความคาดหวังที่ลูกค้าคิดว่าแบรนด์จะต้องใส่ใจ เมื่อเรามีข้อมูลเหล่านี้และสามารถย่อยกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ชัดเจน ย่อมสามารถเลือกสื่อสารสู่แต่ละกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำและเข้าถึงยิ่งขึ้น

สำหรับสตาร์ทอัพ การนำเรื่องนี้ไปปรับใช้นั้น โจทย์สำคัญที่ต้องตอบให้ได้คือ "สินค้าและบริการของคุณจำเป็นสำหรับลูกค้าอย่างไร" ไม่ใช่แค่ความจำเป็นในวันนี้หรือแค่ช่วงเวลาหนึ่ง หากตอบสิ่งนี้ได้ก็จะส่งเสริมให้เราสามารถเป็นสตาร์ทอัพที่ยั่งยืนและก้าวไปสู่ระดับที่สูงขึ้นได้ต่อไป

**“ความคิดสร้างสรรค์นี้ นอกจากหมายถึงการคิดหาความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว คุณยังต้องตามหาสิ่งที่ เป็น killing feature ของคุณให้เจอด้วย”**

สาริณี เลาศศิริ

Chief Marketing Officer, Rabbit's Tale



The trend in creativity and marketing in advertising has changed. Advertising has a new definition. In the past, it is required to create a positive image of the product, but now user experience has become pivotal. This makes advertisers have to review their strengths and find how to provide user experience. In addition, 'branded entertainment' will become more captivating and engaging than conventional advertisement.

Another aspect affecting brand is collaboration. In a fast-changing environment, collaboration between brands in bringing together their strengths and utilizing them is easier and quicker than creating them anew. In the meantime it benefits potential startups which lack funds to buy media, so collaboration with more well-known brands will help make those startups become known.

The creation of advertisement nowadays should go under the principle 'more is more' which does not refer to more advertisements, but more work, deeper information and more details. One advertisement is not produced for 20 targets and advertisers need to study data to categorize their target into subcategories

and which forms of communication to use. Besides, research on subculture must be conducted, as well as the changing social contexts such as social interest of the time such as the use of plastic and fast service in the digital age, which are what the consumers expect advertisers to pay attention to. When such information is collected and the target is categorized, it is much easier to reach and communicate with each group more precisely.

For startups, to apply this to their business, the fundamental question is "how necessary your products and services are?" Certainly it must not be necessary only at a particular time. If this question can be answered, the business will grow sustainably and exponentially.

**"Apart from ability to find a possible solution, creativity means to find your own killing feature."**

Saroj Laohasiri,  
Chief Marketing Officer, Rabbit's Tale



## INNOVATION + DESIGN = BETTER LIVING EXPERIENCE

26 July 2019

14:30 - 15:20

Main Stage, True Digital Park

### Speakers

• **จอมทรัพย์ สิริพิทยา** ผู้ร่วมก่อตั้งและ  
กรรมการบริหาร บริษัท เอ็กซ์ซี จำกัด  
• **สมบัติ งามเฉลิมศักดิ์**  
ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท เปเปอร์สเปซ จำกัด

• Jomzup Sittipittaya, CEO, EXZY  
• Sombat Ngamchalernsak,  
Co-founder, Paperspace

เมื่อเอ่ยถึงนวัตกรรมและการออกแบบ หลายคนมักนึกถึงการนำนวัตกรรมมาออกแบบและผลิตชิ้นงาน ทว่าในความเป็นจริงนั้น นวัตกรรมยังมีผลต่อวิถีการทำงาน ช่วยลดทอนข้อจำกัดบางอย่าง และทำให้โลกของการออกแบบเปิดกว้างขึ้นอย่างไร้ข้อจำกัด

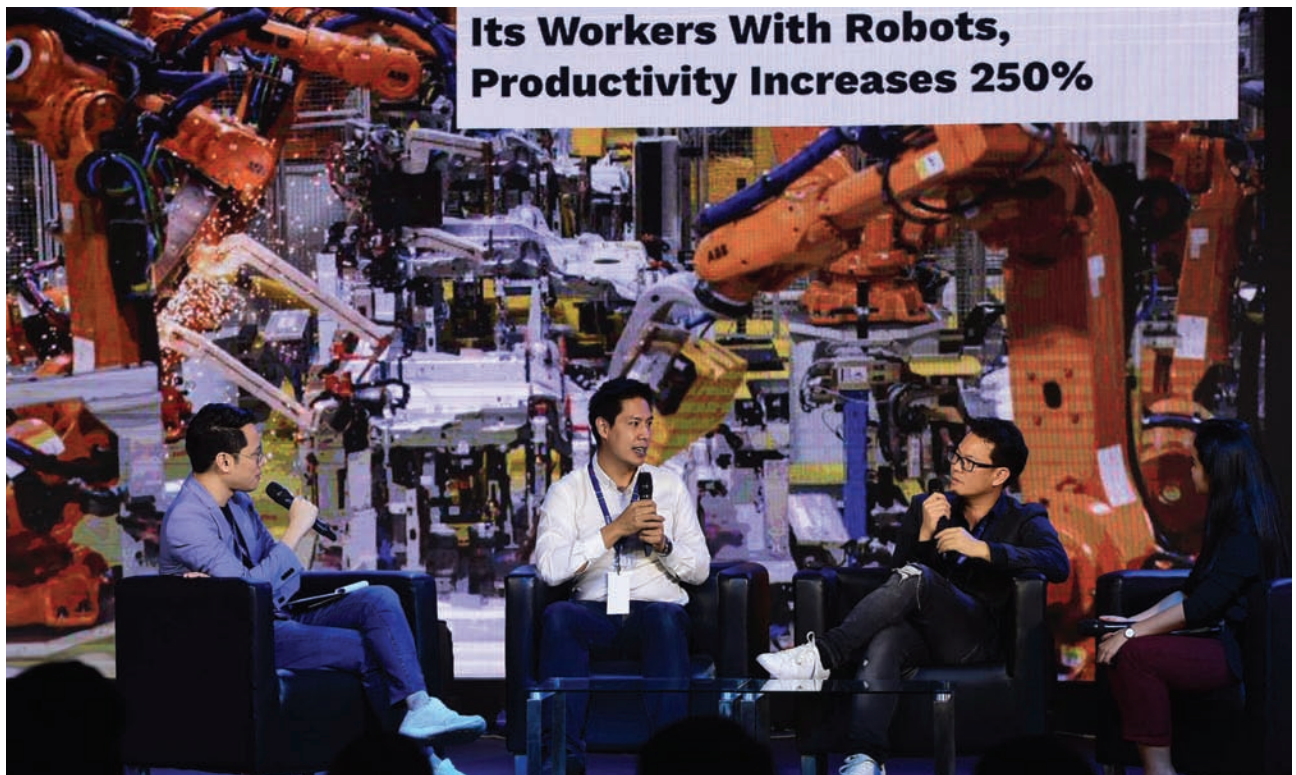
ด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป รูปแบบการทำงานในปัจจุบันจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่งานสำนักงานหรือห้องใดห้องหนึ่ง หากแต่เป็นการทำงานที่ทำจากที่ไหนก็ได้ และยังสามารถทำงานต่อเนื่องได้อย่างไร้รอยต่อ ผ่านทั้งนวัตกรรมและแอปพลิเคชันต่าง ๆ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในวิถีการทำงานเช่นนี้ ทำให้สามารถติดต่อพูดคุยงานพร้อมกันจากมุมต่าง ๆ ทั่วโลก ลดปัญหาในเรื่องช่องทางการสื่อสารและความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน เรียกได้ว่าประหยัดทั้งเงินและเวลา ขณะเดียวกัน นวัตกรรมยังส่งผลให้รูปแบบของออฟฟิศเปลี่ยนไป คือมีบรรยากาศที่ผ่อนคลายคล้ายบ้านมากขึ้น และเป็นเหมือน meeting place ที่ผู้คนจะมาแลกเปลี่ยนแนวความคิด มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มากกว่าจะเป็นพื้นที่ทำงานเพียงอย่างเดียวเช่นที่เคยเป็นมา

นอกจากนวัตกรรมจะส่งผลให้เกิดประสบการณ์การทำงานที่เปลี่ยนไปแล้ว การนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อผ่อนคลายหรือแบ่งเบาให้ทำงานง่ายขึ้นยังคงถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น การนำหุ่นยนต์เข้ามาทำงานแทนมนุษย์ในส่วนที่

เป็นงาน routine work หรือ non-value added work เรื่อยไปถึงการนำหุ่นยนต์เข้ามาร่วมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้า เช่นในกรณีของ EXZY และ Paperspace ซึ่งโดดเด่นในด้านการพัฒนาอินเตอร์แอคทีฟโซลูชันในรูปแบบต่างๆ มาใช้กับการออกแบบ ก็ได้นำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) ซึ่งเป็นการจำลองโลกเสมือนผ่านตัวอุปกรณ์มาปรับใช้ในการออกแบบให้ลูกค้า เช่น บริษัทเฟอร์นิเจอร์ หรือการออกแบบสำนักงานโดยการใส่แว่น VR กับพื้นที่จริง ถือเป็น การเพิ่มมิติการรับรู้ให้ลูกค้า ช่วยแก้ปัญหาการมองผลสำเร็จของชิ้นงานที่ไม่ตรงกัน ทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์และมูลค่าให้แก่งานสร้างสรรค์นั้น ๆ ได้อีกด้วย

**“ผมมองว่าคนควรที่จะเลือกต่อยอดจากสิ่งที่  
แมชชีนทำได้ โดยนำความคิดสร้างสรรค์ใส่เข้าไป  
เพิ่มมูลค่าใหม่ ๆ ให้กับอาชีพของเรา”**

สมบัติ งามเฉลิมศักดิ์  
ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท เปเปอร์สเปซ จำกัด



When dealing with innovation and design, many tend to think about bringing innovation to design and develop into a product. However, in reality, innovation influences the methods of working by lessening some limitations, opening and leading the world of design to endless boundaries.

Along with changing technology, working is no longer limited in an office, but anywhere. It can be carried out continuously and seamlessly through innovation and applications. Using technology at work allows simultaneous interactions anywhere in the world, bridging the gap between communication channels, reducing misunderstanding communication, and saving time and budget. In the meantime innovation results in a change in the office environment. The atmosphere becomes more relaxing, and more like a meeting place where people exchange ideas and interact rather than a place for work.

Apart from changing experience, utilization of innovation for labor saving becomes more common, whether it is using robots to replace humans for routine work and non-value added work, or for providing

customers with new experience. Take EXZY and Paperspace, the two developers of interactive solutions in design, as an example. They employ VR in design for such a client as a furniture company. Besides, it designed an office with VR glasses in the real interior space which enhances visual perception of the clients and resolves the problem of visual errors of the designers and clients, and also creates an image and adds value to the design work.

**“I believe that humans should further the ability of machine through our creativity which can be added to add value to our profession.”**

Sombat Ngamchalermak,  
Co-founder, Paperspace

## PODCAST ON AIR ON STAGE: GETTALKS

26 July 2019

15:20 - 16:30

Main Stage, True Digital Park

### Speakers

- พลสัน นกน่วม บรรณาธิการ MangoZero.com
- กตัญญู สว่างศรี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท กตัญญู86 จำกัด
- Ponsan Noknoum, Editor of MangoZero.com
- Katanyu Sawansri, CEO, Katanyu86 Co., Ltd.

พอดแคสต์นับเป็นอีกสื่อออนไลน์ที่กำลังเป็นที่จับตามอง ทั้งนี้หากเอ่ยถึงตลาดพอดแคสต์ของไทย GetTalks ถือเป็นหนึ่งในรายการบุกเบิกของบ้านเรา

จากตลาดพอดแคสต์ในไทยเมื่อปี 2014 ซึ่งมีเพียงหนึ่งช่อง ความนิยมจัดรายการพอดแคสต์ค่อย ๆ เพิ่มขึ้นในปี 2015 ซึ่งเกิด GetTalks podcast ขึ้น มีช่องพอดแคสต์อื่น ๆ ด้วย รวมทั้งหมด 7 ช่อง ก่อนจะขยายเป็น 50 ช่องในปี 2018 ส่วนในปี 2019 ค่ายสื่อออนไลน์เริ่มหันมาจับตลาดพอดแคสต์ร่วมด้วย ทำให้มีช่องพอดแคสต์กว่า 80 รายการ

ส่วนในระดับโลก ตลาดพอดแคสต์ตื่นตัวมาสักกระยะแล้ว แปรนด์ใหญ่ เช่น Apple Podcasts และ Google Podcasts ล้วนพยายามพัฒนาแพลตฟอร์มที่เอื้อต่อการผลิตสื่อพอดแคสต์ ออกสู่ตลาด ทั้งยังมีกลยุทธ์ที่จะช่วยสร้างส่งเสริมการทำคอนเทนต์ประเภทนี้ให้เกิดขึ้นเฉพาะบนแพลตฟอร์มของตัวเอง เช่นในกรณี Spotify เริ่มแบ่งรายได้ให้พอดแคสเตอร์ที่ออกอากาศ (broadcast) อยู่ใน Spotify การผลิตพอดแคสต์จึงไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป โดยทีม GetTalks ได้เล่าถึงขั้นตอนการผลิตรายการเอาไว้ว่า พวกเขาจะเริ่มจากการเลือกประเด็นที่จะพูดเพื่อกำหนดทิศทาง จากนั้นเป็นขั้นตอนการหาข้อมูลและหาคนเล่าเรื่อง ก่อนจะไปสู่การอัด และการ

ปล่อยเสียงที่อัดตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น SoundCloud, Podbean และ Anchor สำหรับโปรแกรมหลังนี้เหมาะสำหรับผู้ที่เริ่มต้นลองทำพอดแคสต์ เพราะใช้งานค่อนข้างง่ายและให้บริการฟรี สามารถอัดเสียง ตัดต่อ และอัปโหลดไฟล์ได้เลย ทั้งยังสมัครเข้ากับ Apple Podcasts ได้อีกด้วย

“การมีมืออาชีพลงมากำพอดแคสต์ทำให้วงการมีคุณภาพมากขึ้น นั่นแปลว่าตลาดเติบโต”

พลสัน นกน่วม  
บรรณาธิการ MangoZero.com



Podcast is another noteworthy online medium. In Thailand, GetTalks, one of the podcast pioneers that started out in 2014 with only one channel, has become more and more popular. It gained more popularity in 2015 with GetTalks Podcast and another 7 channels before expanding into 50 in 2018. In 2019 other online media have entered podcast market, resulting in more 80 podcast channels.

In the global stage, podcast market has gained more popularity for quite a while. Apple Podcasts and Google Podcasts developed platforms that are compatible with podcast production. They also have quite a few strategies to promote content creation on their platforms. For example, when Spotify started sharing revenue with podcasters broadcast in Spotify, the podcast production is not difficult anymore. GetTalks illustrated the process of production that they began with choosing a topic to frame the talk, then searching for information and a narrator before recording it and broadcast on such platforms as SoundCloud, Podbean,

and Anchor. The latter is suitable for podcast beginners as it is easy to use, gives a free service, allows voice montage and instantly uploads the file, as well as is compatible with Apple Podcasts.

**“That professionals join podcasts lifts up the standard of it and this means market is growing.”**

Ponsan Noknoum,  
Editor of MangoZero.com

---

# **ASIA & GLOBAL MARKET CONFERENCES**

27 Jul 19

---

---

3.8

# CONFERENCES

---

## DISTRICT SUMMIT OPENING SPEECH

27 July 2019

09:45 - 10:00

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**ดร. พันธุ์อาจ ชัยรัตน์**

**ผู้อำนวยการบริหาร**

**สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)**

Dr. Pun-Arj Chairatana

Executive Director,

National Innovation Agency (Public Organization)



นับเป็นปีที่สองแล้วสำหรับ District Summit ที่ก้าวเข้ามาจัดงานร่วมกับ Startup Thailand โดย District Summit มีจุดประสงค์เชื่อมโยงคนที่ทำงานด้านผังเมือง นวัตกรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และสังคม เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้ร่วมมือกันพัฒนาเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบัน นวัตกรรมไม่ได้ถูกคิดค้นขึ้นภายในห้องทดลองหรือว่าโรงงานอุตสาหกรรมอีกต่อไป แต่เกิดขึ้นใน 'เมือง' เมืองเป็นที่อยู่อาศัยของนวัตกรรม เป็นสถานที่ที่นวัตกรรมใช้เสมือนเป็นห้องทดลองของตัวเอง เมืองจึงกลายเป็น 'เมืองนวัตกรรม' ที่เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงได้ด้วยนวัตกรรม ในประเด็นนี้ เมืองที่ถูกขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven City) คือสิ่งที่ถูกพูดถึงมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตาม Data-driven City ไม่จำเป็นต้องหมายถึงการขับเคลื่อนด้วย Big Data เท่านั้น แต่อาจเป็นฐานข้อมูลเฉพาะที่สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการเมืองในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เช่น การลดอาชญากรรม การแก้ปัญหาหามลพิษ ฯลฯ ด้วยเพราะฐานข้อมูลเฉพาะที่ต้องการนั้นมีความหลากหลาย จึงจำเป็นต้องการคนจากหลากหลายสาขามาร่วมมือกัน

เมื่อนวัตกรรมเข้ามาอาศัยอยู่ในพื้นที่เขตเมือง นวัตกรรมจึงยังมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ให้มีการใช้งานที่แปลกใหม่ไปกว่าเดิมในอย่างที่เราไม่เคยคาดคิดมาก่อน เช่น การเปลี่ยนวัดให้กลายเป็นโรงละคร (media theatre) เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมในบริบทที่นำเสนอใจกว่าเดิมและสามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มคนอายุน้อยได้

ปัจจุบัน กรุงเทพฯ เกิดย่านนวัตกรรมขึ้นหลากหลาย เช่น เขตเมืองเก่าย่านถนนเจริญกรุง เป็นพื้นที่ความคิดสร้างสรรค์ ศิลปะ ออกแบบ และงานฝีมือ เขตบางซื่อเป็นศูนย์รวมด้านการขนส่ง และเขตลาดกระบังเป็นย่านเกี่ยวกับเทคโนโลยีการบินและขนส่ง เป็นต้น โดยย่านนวัตกรรมกรุงเทพฯ (Bangkok Innovation Corridor) จะทำหน้าที่เชื่อมโยงพื้นที่ทางนวัตกรรมเหล่านี้เข้าไว้ด้วยกัน ให้กลายเป็น Startup Nation อย่างที่ตั้งเป้าเอาไว้

**“เมืองกลายมาเป็นเครื่องจักรในการพัฒนาเติบโต (engine of growth) และเมืองกลายมาเป็นพื้นที่ในการผลิตนวัตกรรม”**



This is the second year that District Summit has collaborated with us in organizing Startup Thailand with the aim of bringing together the professionals practicing in the field of urban planning, innovation, economy, technology and society who will work in partnership in effective city improvements.

Currently innovation is no longer developed in a laboratory or an industrial plant, but in a 'city', which has become a laboratory for innovators. The city therefore turns into an 'innovative city' where the developments taken place by innovations. In this regard, the data-driven city is growing as a subject of interest; however, the definition of data-driven city is not solely limited to the city driven by big data, but it covers specific databases which can be utilized for urban management in various advantages such as crime reduction, pollution limits, etc. to elevate the quality of life of people. Since specific databases are extremely diverse, collaboration between

professionals from various fields is essential.

When an innovator lives in an urban area, he or she will become part of neighborhood improvement with a new and unexpected purpose such as transforming a temple into a media theatre which stimulates learning in a more interesting context and attracts the younger generations.

At present innovation districts are sprawling in Bangkok, for example, Charoenkrung Old Town, a creative space for art, design, and handicrafts, Bang Sue, a transport hub, and Lat Krabang, an aviation technology and transport district. This Bangkok Innovation Corridor links innovation district all together and turning the country into a startup nation as planned.

**“The city has become the engine of growth and thus the innovation development.”**



## CITY INNOVATION CHALLENGE BY TRAWELL PASS

27 July 2019

10:00-10:30

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**อรารยา วรราชัย**

**ผู้จัดการส่วนพัฒนาผลิตภัณฑ์  
ของ ทราเวล ประเทศไทย**

Onaraya Voravarachai

Product Development Manager,  
Trawell Thailand



สถิตินักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) ในปี 2017 อยู่ที่จำนวน 35.3 ล้านคน ซึ่งถือเป็นจำนวนมหาศาล แต่ในขณะที่เดียวกัน ชุมชนเก่าแก่ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับวัดพระแก้วกลับไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนเลย จนชุมชนถูกปล่อยทิ้งร้างเสื่อมโทรม ดังนั้น Trawell Thailand จึงถือกำเนิดขึ้น โดยมีเป้าหมายเป็นจุดเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับชุมชน ช่วยให้นักท่องเที่ยวค้นพบ ‘ของดีที่ถูกลืม’ ในขณะเดียวกันก็นำเอาการท่องเที่ยวเข้าไปพัฒนาชุมชน

ในการทำงานที่ผ่านมาของ Trawell Thailand พบกับความท้าทายอยู่หลายข้อ นั่นคือ

- 1) เรื่องความไว้วางใจว่าจะทำอย่างไรให้ชุมชนมั่นใจว่าพวกเขาต้องการเข้าไปพัฒนาชุมชนให้เกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชนเอง
- 2) ความเสื่อมโทรมของชุมชน เพราะชุมชนในเมืองมักเป็นที่ให้ชาวชุมชนมาเช่าอยู่อาศัย เมื่อที่ดินตรงนั้นไม่ได้เป็นของพวกเขาเอง พวกเขาจึงมักไม่ค่อยดูแลรักษามากนัก เพราะอาจต้องย้ายออกเมื่อไรก็ได้
- 3) สาธารณูปโภคพื้นฐาน เพราะชุมชนส่วนมากที่อยู่

ไกลถนนใหญ่มักจะเข้าถึงได้ยาก

4) มลพิษในเมืองใหญ่ ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางเที่ยวเข้าไปในชุมชนของนักท่องเที่ยว

การทำงานของ Trawell Thailand ในปัจจุบัน คือการพยายามรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจแต่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก ร้านอาหาร และชุมชนเก่าแก่ เพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไป โดยพวกเขาเริ่มต้นจากบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ แต่ต่อมาได้ขยายไปยังพื้นที่อื่น ๆ รวมถึงต่างจังหวัดด้วย ซึ่งเป้าหมายหลักในการทำงานของพวกเขาก็คือกระจายการท่องเที่ยวไปยังชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การกระจายรายได้ การรักษามรดกทางวัฒนธรรม การพัฒนาชุมชน รวมทั้งในอนาคต หากการดำเนินการของ Trawell Thailand สามารถสร้างกำไรได้ พวกเขาก็จะแบ่งรายได้นั้นกลับไปยังชุมชนอีกด้วย

**“เรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เป็นเรื่องของคน”**



The number of visitors to The Temple of the Emerald Buddha (Wat Phra Kaeo) in 2017 is 35.3 million, which is immense. However, the old communities nearby the neighborhood received no visitors at all and were left out of developmental efforts. Realizing this fact, Trawell Thailand is founded with the aim of linking visitors and communities together and allowing them to rediscover the 'forgotten gems'; meanwhile, the communities will be developed as community-based tourism.

Since the commencement of service, Trawell Thailand encountered many challenges including:

- 1) A challenge of being trusted from people in the communities
- 2) The deteriorating living conditions of the communities caused by negligence of tenants
- 3) Limited access to public utilities of the communities located far from the main street
- 4) Traffic pollution

Trawell Thailand is currently working on gathering information about lesser-known tourist attractions, restaurants, and old communities which will subsequently be publicized. Starting from Rattanakosin Island, other neighborhoods including those in other provinces soon follow. The major objective of this project is to distribute income to communities for sustainable tourism, cultural heritage conservation, and community development. In the future when these projects are profitable, income will be allocated to the communities.

**“Community-based tourism development is everyone’s task.”**

## NEW ERA IN HEALTHTECH

27 July 2019

10.30-11:00

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**เดนิเยล คอนตี**

**ผู้ก่อตั้ง ซินดีแอก**

Daniele Conti

Founder, SynDiag



ระบบการดูแลรักษาสุขภาพ (Healthcare System) จำเป็นต้องเป็นการดำเนินการเพื่อมนุษย์ทุกคนอย่างแท้จริง โดยมีหน้าที่ 3 ประการ คือ การป้องกันโรค การคาดการณ์การเกิดโรค และการรักษาโรคที่ปรับใช้ให้เหมาะสมตามเงื่อนไขของคนไข้แต่ละคน นอกจากนี้ ในปัจจุบันและอนาคต Digital Healthcare ก็เป็นสิ่งจำเป็น เพราะเทคโนโลยีอย่าง Mobile Medicine และ Telemedicine จะสามารถนำเอาข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาไปถึงประชากรในพื้นที่ห่างไกลได้รวดเร็วมากขึ้น

SynDiag เป็นบริษัทด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับทางการแพทย์จากอิตาลี พวกเขาต้องการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับแพทย์และการดูแลรักษาสุขภาพ พวกเขาจึงคิดค้นเทคโนโลยีที่ช่วยพัฒนาให้การวินิจฉัยโรคจากภาพอัลตราซาวด์มีความเที่ยงตรงแม่นยำมากขึ้น เพราะแม้อัลตราซาวด์จะเป็นเครื่องมือที่ทันสมัยและใช้ในการตรวจสิ่งผิดปกติในร่างกาย โดยเฉพาะมะเร็ง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดตรงที่ยังคงต้องอาศัยการวินิจฉัยจากแพทย์ ซึ่งอาจเกิดความไม่ชัดเจน หรือต้องใช้เวลาในการวินิจฉัยนานเกินไป ซึ่งการใช้

เวลานานนี้อาจส่งผลให้เกิดการรักษาที่ไม่ทันเวลาที่

ในการพัฒนาการวินิจฉัยภาพอัลตราซาวด์นั้น SynDiag ใช้การเก็บข้อมูลทางดิจิทัลของ cloud-based, AI, wearable device และ software as medical device มาช่วยให้แพทย์สามารถพบสิ่งผิดปกติในร่างกายได้รวดเร็วและกระจ่างชัด ซึ่งจะนำไปสู่การรักษาที่มีประสิทธิภาพทันเวลาที่ต่อไป

**“บริการดูแลรักษาสุขภาพจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่”**



Healthcare system is absolutely essential for everyone. Healthcare services include disease prevention, disease prediction, and medical treatment catered for individual patients' needs. In addition, digital healthcare is necessary because such technology as mobile medicine and telemedicine allow easier access to information about treatment particularly for people living in the remote areas.

SynDiag is a medical technology company from Italy. With the needs of utilizing technology to increase effectiveness of medical treatment and healthcare, SynDiag developed augmented ultrasound for more accurate diagnosis. This is because although ultrasound is a reliable medical equipment used for the diagnosis of several pathologies especially cancer, it is highly operator-dependent and can therefore take plenty of time which in turn causes delayed treatment.

In the development of imaging technique for the diagnosis, SynDiag collects digital information of cloud-based, AI, wearable device and software as medical device for the assessment of physician which lead to timely treatment afterwards.

**“Healthcare system needs a big change.”**

## BIG DATA IS A NEW CHANCE FOR CITIES

27 July 2019

11:00 - 11:30

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**อภิชา ศิลาบุญวัฒน์**

**ผู้อำนวยการร่วมฝ่ายข้อมูลและ  
การวิเคราะห์ของ ไอพีจี มีเดียแบรนด์**

Apichar Silanuwat

Data & Analytics Associate Director,  
IPG Mediabrands



ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากกว่าในอดีต ทั้งในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่สามารถใช้วิธีเดิม ๆ ในการวิเคราะห์ผู้บริโภคได้ แต่จำเป็นต้องพึ่งพิง Big Data ที่จะช่วยให้เราเข้าใจผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ตัวเลขการใช้ Big Data ในประเทศไทยเมื่อปี 2018 อยู่ที่ 43% และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 78% ภายในปี 2020 อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการใช้ Big Data นั้น มีอยู่หลายประการ เช่น การเก็บข้อมูลที่ไม่ได้มาตรฐานขาดแคลน การวางแผนและกลยุทธ์ สิ่งที่เราควรจำไว้คือ เราจำเป็นต้องใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำมาศึกษาเรียนรู้ และใช้ให้เกิดประโยชน์

สำหรับสตาร์ทอัพ วิธีการใช้ Big Data ให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจตัวเองนั้น เราต้องมั่นใจว่าเราเข้าใจจุดประสงค์ของธุรกิจของเราและสถานการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบันเป็นอย่างดี จากนั้นจึงตั้งเป้าหมายในการนำ Big Data มาใช้ โดยเน้นการสร้างรากฐานให้มั่นคง ไม่ควรเร่งรีบ เพราะการเก็บข้อมูล

จำเป็นต้องใช้เวลา เช่นเดียวกับใช้เวลาในการเรียนรู้และตัดสินใจจากข้อมูลที่ได้มา

อย่างไรก็ตาม ไม่มี Big Data ไหนที่เป็นสูตรสำเร็จสามารถใช้ได้กับทุกองค์กร เพราะว่าแต่ละองค์กรก็มีบุคลิกและสถานการณ์แตกต่างกันไป

**“ไม่มี Big Data ไหนที่ใช้ได้กับทุกองค์กร เพราะแต่ละองค์กรก็มีลักษณะและสถานการณ์แตกต่างกันไป”**



Today the consumers' behavior and needs are more complex than in the past; therefore, they cannot be analyzed with the same approaches. Rather, big data must be used to allow deeper consumer insight.

The big data applications in 2018 in Thailand are 43% and likely to increase to 78% by 2020. However, there are challenges in using big data such as substandard data aggregation, and lack of planning and strategies. So, it is required that time for data aggregation be allowed so that it can be utilized and live up to its potential.

To use big data startups have to make sure that they really understand their business objectives and the current situation. Then the big data application plan is made by focusing on building a firm foundation. This can be time-consuming in much the same way as learning and decision making from data.

However, applications of big data strategies are specific to the needs of a particular business or organization and they are not a 'one-size-fits-all' solution.

**“Applications of big data strategies are specific to the needs of a particular business or organization and they are not a ‘one-size-fits-all’ solution.”**

## DIGITAL CITIES FOR STARTUP

27 July 2019

11:30 - 12:00

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**หลุยส์ ซาร์ริส**

**ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ  
ฟรี อองเทรอฟริเนอร์**

Luis Sarre

Co-founder & CEO, Free Entrepreneurs



จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ทั่วโลก จาก 55% ในปี 2019 อาจเพิ่มเป็น 68% ในปี 2050 ซึ่งจะก่อให้เกิดทั้งความท้าทายและโอกาสทางธุรกิจ เพื่อให้ประชากรในเมืองใหญ่สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ เราจำเป็นต้องพัฒนาให้เมืองกลายเป็น Digital City หรือ Smart City ที่มีความหมายถึง “พื้นที่สาธารณะที่ให้ความรู้สึกและเป็นแพลตฟอร์ม data-in ที่ระบบต่าง ๆ เชื่อมต่อกันในบริบทการรับรู้ทางปัญญา ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เต็มไปด้วยพลังความคิดสร้างสรรค์”

Smart City จะทำให้ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นการย่นระยะเวลาการเดินทางจากจุด A ไปจุด B ให้น้อยลง หรือการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ ไม่ก่อให้เกิดมลพิษ ในขณะที่เดียวกัน Smart City จะกระตุ้นให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ เกิดการสร้างรายได้ที่มากขึ้น โดยกลยุทธ์ในการสร้าง Smart City ประกอบไปด้วย การเพิ่มประสิทธิภาพพื้นที่ของเมือง การเพิ่มการกำกับดูแล การพัฒนาเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประสิทธิภาพ

ความปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมทั้งการสร้างข้อมูลแบบเปิดและรวม

ปัจจุบันจีนเป็นประเทศที่กระตือรือร้นในการสร้าง Smart City มากที่สุดของโลก รวมทั้งมีจำนวนโครงการสร้าง Smart City มากกว่าประเทศในทวีปยุโรปรวมกัน และมีการลงทุนทั้งหมดอยู่ราว 72 พันล้านเหรียญสหรัฐ ตัวอย่างการดำเนินการสร้าง Smart City ของจีน ได้แก่ การปรับปรุงห้องน้ำสาธารณะ การพัฒนาระบบกำจัดขยะ การจัดการมลพิษทางเสียง และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้ยั่งยืนอย่างในเชิงใ้ มีการใช้ ‘เสาอัจฉริยะ’ (Smart Pole) ที่เป็นทั้งเสาไฟ เครื่องให้สัญญาณ wifi เครื่องวัดค่า PM2.5 และสัญญาณไฟจราจร เป็นต้น

**“ปัญหาของเมืองใหญ่ต้องได้รับการแก้ไขตั้งแต่ตอนนี้”**



The number of population living in urban areas in 2019 is likely to increase from 55% to 68% in 2050, which brings about both challenges and business opportunities. To improve the quality of life in urban areas, it is necessary to transform the city into the digital city or smart city which can be defined as “a public space that inspires public feelings and acts as a data-in platform where different systems are connected in the context of intellectual cognition that leads to changes full of creativity.”

Smart city will lift up the quality of life of the population and build sustainability. It helps save time when traveling from point A to B and increases effectiveness of waste management without causing pollution. Also smart city promotes economic growth and generates higher income. The strategies in building smart city comprise improving effectiveness of city

spaces, increasing governance on environment-friendly economic development, enhancing effectiveness of cyber safety, and building open source intelligence.

Currently China is a country with the world's greatest ambition to transform its cities into smart city. China, with the total investment of USD 72 billion, has the higher number of smart cities than the number of European countries all together. Some examples of smart city programs include public toilet improvements, waste management, noise pollution management, and sustainable energy consumption effectiveness enhancement. In Shanghai, for instance, multi-functional smart poles, which feature electric pole, wifi connections, PM 2.5 air detector and traffic lights, are used.

**“Time to solve urban problem is now.”**



## GAINING AN EDGE WITH DEEP TECH STARTUPS

27 July 2019

13:00 - 13:20

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**เท็ด ธีระพัฒนา**

**หุ้นส่วน บริษัท ครีเอทีฟ เวนเจอร์**

Ted Thirapatana

Partner, Creative Ventures



Deep Tech หมายถึงเทคโนโลยีขั้นสูงที่แทบจะเหมือนเวทมนตร์คาถา เป็นเทคโนโลยีที่เราแทบไม่เคยคาดคิดเลยว่าจะสามารถเกิดขึ้นจริง เช่น โทรศัพท์มือถือที่ไม่ต้องชาร์จแบตเตอรี่ เนื้อสัตว์ที่ผลิตขึ้นในห้องทดลอง ต้นไม้ที่สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้ตัวเองต่อสู้กับโรคต่างๆ ได้ Deep Tech ยังเป็นเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยเชิงลึกหรือการหาวิธีการแก้ปัญหาเชิงลึก และเป็นเทคโนโลยีที่สร้างขึ้นอย่างเชี่ยวชาญมาก

ปัจจุบัน Deep Tech หลายอย่างพร้อมแล้วที่จะออกเดินทางออกจากห้องทดลองสู่โลกพาณิชย์ ยกตัวอย่างเช่น AI หรือปัญญาประดิษฐ์ ที่ทุกวันนี้ถูกพัฒนาจนสามารถทำงานได้ดีกว่ามนุษย์ในหลายๆ ด้าน และชีววิทยาสังเคราะห์ (Synthetic Biology) ที่จะเข้ามาพลิกโฉมหน้าของอุตสาหกรรมเกษตรและธุรกิจด้านสุขภาพให้เปลี่ยนไปอย่างที่เราไม่เคยรู้จัก

อย่างไรก็ตาม อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ การมองหาตลาด โดยในการทำการตลาด เราจำเป็นต้องเข้าใจสิ่งที่จะส่งผลต่อความต้องการของตลาด (Market Pull) Creative Ventures

จึงทุ่มเทเวลาอย่างมากเพื่อศึกษาและระบุปัญหาที่จะส่งผลสำคัญต่อ Market Pull โดยพวกเขาเชื่อว่าปัจจุบัน Market Pull ของโลกวางอยู่บนพื้นฐานสามประการ คือ การขาดแคลนแรงงาน การเติบโตของสังคมผู้สูงอายุ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลก่อให้เกิดทั้งโอกาสและอุปสรรคที่เราจำเป็นต้องหาทางแก้ไข

ในปัจจุบัน ยังมีการลงทุนใน Deep Tech แต่ละสาขามากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นเท่าตัว ไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทยหรือต่างประเทศ มันจึงถึงเวลาแล้วที่เราจะต้องร่วมกันผลักดัน Deep Tech ตั้งแต่ตอนนี้ โดยเราสามารถจะใช้ Deep Tech ให้เกิดประโยชน์ได้หลายทาง ขึ้นอยู่กับว่าเราตั้งเป้าไปที่จุดใด ไม่ว่าจะเป็น ในฐานะนักลงทุน ลูกค้า หรือผู้จัดจำหน่าย อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่สุดคือ เราควรเริ่มต้นเป็นส่วนของมันเสียตั้งแต่ตอนนี้

**“Deep Tech กำลังมาแล้ว เพราะฉะนั้นเราต้องเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของมันตั้งแต่ตอนนี้”**



Working like magic, Deep Tech is groundbreaking technology that we never expect it would be possible - the battery-free mobile phone, lab-grown meat, and self-defense plants that are able to fight off plant diseases, for example. Also it is developed by in-depth research or comprehensive solution with a high degree of expertise.

Many technological breakthroughs involving Deep Tech is now ready for commercial use; for instance, AI which is nowadays well-developed in so far as it can work more effectively than humans in many aspects, and Synthetic biology which will revolutionize the agro-industry and health-related business.

However another important factor is market seeking which market pull must be understood. Creative Ventures therefore devoted its time to studying and defining the problems affecting market pull. They are convinced

that the world's current market pull are based on lack of labor, the rise of aging society and climate change, all bringing about both opportunities and threats that have to be dealt with.

Currently investment in Deep Tech in each field is enjoying double growth both domestically and internationally. So it is time that we collaborate with each other to drive Deep Tech from now on, for Deep Tech is of great benefits in many ways and to many people whether it be investors, customers, or distributors. However, most importantly, we must be part of it right now.

**“Deep Tech is now and we must be part of it right now.”**

## WHY SHOULD CORPORATES COLLABORATE WITH STARTUPS?

27 July 2019

13:20 - 13:40

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**จันดี ชาห์ โมทวานี**

**หัวหน้าแผนกผลิตภัณฑ์ แอสท์ วิซี**

Chandni Shah Motwani

Head of Product, Nest.vc



ปัจจุบัน เทคโนโลยีพัฒนาไปข้างหน้าด้วยความเร็วสูง ดังนั้น ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จคือการก้าวให้ทันเทคโนโลยีเหล่านั้น แต่ปัญหาที่พบบ่อยคือ องค์กรหลายแห่งมักขาดผู้เชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีนั้นๆ ทำให้ไม่สามารถสร้างเทคโนโลยีขึ้นเองได้ ดังนั้น ทางออกที่เหมาะสมคือ การเปิดรับแนวคิดด้านนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) หรือปรากฏการณ์แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างองค์กรอย่างอิสระ ซึ่งหนึ่งในรูปแบบของ Open Innovation ก็คือ การร่วมงานกับสตาร์ทอัพ

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสตาร์ทอัพนั้นเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ในขณะที่สตาร์ทอัพมีนวัตกรรม แต่ก็ขาดแคลนเงินทุน ทรัพยากร และการเข้าถึงตลาด ส่วนองค์กรใหญ่ๆ นั้น ขาดแคลนนวัตกรรม แต่มีความเข้าใจในตลาด รวมทั้งมีทรัพยากรและเงินทุน เมื่อสองฝ่ายที่มีจุดแข็งจุดอ่อนแตกต่างกันหันมาร่วมมือกัน ก็จะเกิดการดำเนินงานที่รวดเร็ว ปลอดภัย และเติบโตได้อย่างยั่งยืน หลักฐานอ้างอิงนั้นมิให้เห็นจากสถิติที่ว่า 60% ของ 100 บริษัทที่ดีที่สุด จากการจัดอันดับโดย

Forbes Global 500 นั้น เป็นบริษัทที่ทำงานร่วมกับสตาร์ทอัพ และ 62% ของยูนิคอร์นที่ Wall Street Journal กล่าวถึง ก็ล้วนเป็นสตาร์ทอัพที่เติบโตภายใต้องค์กรใหญ่

อย่างไรก็ตาม องค์กรต้องเลือกสตาร์ทอัพที่เหมาะสมกับธุรกิจของตัวเอง รวมทั้งสตาร์ทอัพเองก็ต้องเข้าใจปัญหาที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่และปรับเปลี่ยนนวัตกรรมของตนให้เหมาะสมกับการใช้งานขององค์กรนั้นๆ

**“เพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยี องค์กรใหญ่ต้องเปิดรับแนวคิดด้านนวัตกรรมแบบเปิด และร่วมมือกับสตาร์ทอัพ”**



The technological advancement is increasing at an extremely fast pace, so the important factor of corporate success is an ability to keep up with the growing technology. However one of the most common issues is that many corporates lack experts in a specific area resulting in incapability to develop technology in the organization. Therefore the best solution is to open up for the paradigm of open innovation, or to freely exchange knowledge between organizations, one way of which is to collaborate with startups.

Corporates and startups are interdependent. Although startups have innovation, they lack funds, resources, and an access to market. Meanwhile a large organization, which is short of innovation, has market insight, funds and resources. When both collaborate with each other, they are mutually beneficial in that the collaboration contributes to faster, safer, and more

sustainable growth. 60% of 100 best firms ranked by Forbes Global 500 collaborated with startups and 62% of unicorns mentioned by Wall Street Journal are startups that grow under the large corporations.

However, corporates should find startups that fit their business and startups must understand the issues the corporates are dealing with and adapt themselves to suit the their needs.

**“To keep up with technological advancement, corporates need to open up for the paradigm of open innovation - collaboration with startups.”**

## UNLIMITED OPPORTUNITIES IN THE NEW ECONOMY

27 July 2019

13:40 - 14:00

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**ปริญญา พาณิชภักดิ์**

**รองหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์**

Prinn Panitchpakdi

Deputy Leader, Democrat Party



การเติบโตของสังคมออนไลน์ทำให้โอกาสทางธุรกิจเดิม ๆ ล้มหายตายจาก เช่น ธุรกิจซื้อขายไปที่ไม่อาจดำรงอยู่ได้ในโลกที่ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าเกือบทุกอย่างจากทั่วโลก แต่ในขณะเดียวกัน หากมีความรู้เท่าทันเทคโนโลยี เราก็จะสามารถสร้างโอกาสได้มากมายมหาศาล โดยสิ่งสำคัญที่เราต้องปรับตัวให้ได้ในโลกของเศรษฐกิจใหม่นี้ คือ เรื่องข้อมูล เราต้องหาข้อมูลให้เจอ จากนั้นจึงนำมาผ่านกระบวนการกลั่นกรอง คิด วิเคราะห์ แยกแยะ เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่าง ในสิงคโปร์ภาครัฐเอาข้อมูลไปให้ภาคเอกชนบริหารจัดการ Grab Bus ที่เป็นระบบการขนส่งมวลชนที่ลดต้นทุน ลดการใช้พลังงาน และลดการก่อมลพิษ

อย่างไรก็ตาม อุปสรรคสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่นี้ คือ กฎหมาย โดยเฉพาะในประเทศไทยที่กฎหมายยังค่อนข้างล้าหลัง ทำให้เกิดความล่าช้าและไม่คล่องตัวในการดำเนินงาน เช่น ในเรื่องของการเข้ามาทำงานอย่างถูกกฎหมายของชาวต่างชาติ หากประเทศไทยสามารถยืดหยุ่น

เรื่องนี้ได้ เราจะมีโอกาสดึงดูดชาวต่างชาติที่มีความสามารถเข้ามาช่วยพัฒนาเร่งการเติบโตของเศรษฐกิจได้ นอกจากนี้หากกฎหมายสามารถสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันได้ ก็จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำ และเอื้อให้เหล่าสตาร์ทอัพได้เติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนั้น การวัดความสำเร็จของสตาร์ทอัพไม่ควรใช้มาตรฐานการวัดแบบเดิม ๆ อย่าง GDP เพราะจะทำให้สตาร์ทอัพไม่กล้าก้าวออกจากกรอบ ซึ่งนี่เองคือสิ่งสำคัญ เราต้องกล้าเปลี่ยนแปลง กล้าออกจากกรอบ เพราะโอกาสที่รอเราอยู่นั้นไม่มีขีดจำกัด

**“เมื่อออนไลน์เข้ามา โอกาสบางคนถูกปิด แต่สำหรับคนที่ใช้เทคโนโลยีเป็น โอกาสของพวกเขา กลับเปิดกว้างไม่มีขีดจำกัด”**



The growth of online society has driven traditional businesses to a crisis. Trading, for example, can hardly survive the change because consumers are able to shop for almost everything online. However, if business owners can keep up with technology, this will bring endless opportunities. The most important factor that pushes businesses to adapt themselves is information. They need to be able to find information, process it through screening, thinking, analyzing and classifying so that the information is efficiently used. In Singapore, for example, the government provided the private sector with information to manage Grab Bus, making it the cost-reducing, energy-saving and pollution-reducing mode of transport.

However, the great threat to new economy is the legal issues, especially in Thailand where the legal policies cannot keep up with technology, resulting

in the delay in work processes. For example, issuing a work permit for foreigners, if this can properly be handled, Thailand will have better opportunity in attracting competent foreigners to support the development of Thai economy. In addition, if legal policies allow fair competition, inequality will be reduced and startups will enjoy healthy growth.

In addition, the success of startups should not be measured by such a traditional indicator as GDP because it can prevent them from thinking outside the box. This is important in that we must dare to change and be different as awaiting opportunities are limitless.

**“The emergence of Internet technology makes someone lose their opportunity; meanwhile, it opens up endless opportunities for those who know how to take advantage of it.”**

## HOW MICROSOFT IS DEMOCRATISING AI & MACHINE LEARNING

27 July 2019

14:10 - 14:30

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**วสุพล ธารกกาญจน์**

**หัวหน้าฝ่ายการตลาดดิจิทัล**

**ของไมโครซอฟท์ ประเทศไทย**

Vasupon Thankakan

Cloud Marketing Business Group Lead,

Microsoft Thailand



เทคโนโลยีที่เราฝันถึงไม่ได้อยู่ในอนาคตอีกต่อไป แต่อยู่กับเราที่นี่ ตรงนี้ ตอนนี สิ่งสำคัญคือ เราจะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่มีได้อย่างไร Microsoft เชื่อว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) สามารถมีอยู่ได้ในทุกที่ และเราต้องการความรวดเร็วที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่รวดเร็ว อย่งไรก็ตาม AI ไม่ได้จะเข้ามาแทนที่มนุษย์เสมอไป แต่ AI จะเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้มนุษย์ โดยให้เราสามารถคิดและทำงานได้รวดเร็วขึ้น ง่ายขึ้น แม่นยำขึ้น เช่น การใช้โดรนทำงานให้เสร็จภายใน 2 สัปดาห์ ขณะที่มนุษย์ต้องใช้เวลา 5-6 เดือน

Microsoft เชื่อว่าทุกองค์กรจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่เรียกว่า Tech Intensity นั่นคือการรับเอาเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วเข้าไปปรับใช้กับองค์กร ในขณะที่เดียวกันก็พัฒนาเทคโนโลยีของตัวเองขึ้นมา ส่วน Microsoft นั้น มุ่งมั่นที่จะมอบอำนาจให้ทั้งเดเวลลอปเปอร์และสตาร์ทอัพได้พัฒนาธุรกิจของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ Microsoft จึงพัฒนาเทคโนโลยี AI ให้สามารถเข้าไปใช้ได้ในทุกแอปพลิเคชัน ไม่ว่าจะเป็น ภาพ

เสียงพูด ภาษา เช่นการปรับใช้ AI กับเทคโนโลยีเสมือนจริง (Mix Reality) สร้างโฮโลแกรมขนาดเท่าคนจริง ออกมาให้เห็น ณ สถานที่นั้น ๆ และ ณ เวลาปัจจุบัน รวมทั้งใช้โปรแกรมให้โฮโลแกรมพูดภาษาอื่นอย่างคล่องแคล่วด้วยเสียงเฉพาะของคนคนนั้น

เทคโนโลยี AI ยังช่วยให้พนักงานจากสาขาต่าง ๆ ในองค์กรสามารถทำงานได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การทำนายความต้องการของตลาด และการประเมินค่าดูแลรักษา

**“เราสามารถทำ AI ไปปรับใช้กับอะไรก็ได้ ทำให้สิ่งที่เป็นไปได้เมื่อก่อนนี้ สามารถเป็นไปได้ขึ้นมา”**



The technology we once dreamed of is not in the future any more, but it is with us here and now and what is important is how we can utilize it. Microsoft believes that AI can be pervasive as we need higher speed and prompter response. However, AI will not replace humans in all aspects; instead, it will enhance effectiveness of work. We will think and work faster, more easily, and more accurately as seen in an example of drone which can complete one assigned task within 2 months whereas 5-6 months for a human counterpart.

Microsoft believes that every organization is in need of a strategy called Tech Intensity, which refers to an acquisition of existing technology to the organization. Meanwhile technological development of its own can also take place. Microsoft is determined to encourage developers and startups to healthily develop their own business; therefore, it designs AI to be compatible with

all applications - images, voices, and languages, for instance, an application of AI and mix reality to build the real life-size hologram in real time.

AI technology also facilitates work in organizations as it helps with the market prediction and maintenance cost.

**“You can integrate AI to anything and make the yesterday impossible the today possible.”**



## AI SUPER ANALYST

27 July 2019

14:30 - 14:50

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**โอลิวอร์ เฮย์แมน**

**ผู้อำนวยการฝ่ายการวิเคราะห์  
ของแอมพลีฟาย**

Oliver Hayman

Director of Analytics, AMPLYFI



ความท้าทายที่นักวิเคราะห์ในทุกวันนี้ต่างเผชิญ คือ ข้อมูลจำนวนมหาศาลที่เต็มไปด้วยความซับซ้อน ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลการวิเคราะห์ที่ผิดพลาด AMPLYFI สตาร์ทอัพขนาดเล็กจากลอนดอนที่ผ่านการร่วมงานกับลูกค้ามาแล้วหลากหลายประเภท จึงพัฒนาเทคโนโลยีที่เรียกว่า DataVoyant ขึ้น เพื่อช่วยจัดการเทคโนโลยีรวบรวม จัดเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูล (Business Intelligence) ให้สามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น และแม่นยำมากขึ้น

DataVoyant ยังสามารถใช้งานได้กับหลากหลายภาษา และได้รับการพัฒนาเทคโนโลยี AI ให้สามารถระบุแหล่งข้อมูลได้แม่นยำ ผ่านการอ่านข้อมูลจำนวนมหาศาลภายในเวลารวดเร็ว โดย AMPLYFI เรียกเทคโนโลยีนี้ว่า Business Intelligence 2.0

อย่างไรก็ตาม DataVoyant ไม่ได้เข้ามาทำงานแทนที่นักวิเคราะห์ แต่จะช่วยให้ นักวิเคราะห์ทำงานได้ง่าย รวดเร็ว และแม่นยำมากขึ้น

“เทคโนโลยี AI และ Machine Learning สามารถช่วยให้เราทำงานจำพวกการอ่านข้อมูล ตัวเลข การคำนวณ และการรวบรวมข้อมูล ได้รวดเร็ว แม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น”



One challenge that analysts are facing today is a massive amount of complex information which can cause errors in an analysis. AMPLYFI, a small-size startup from London working with clients from different business, thus developed DataVoyant, a technology that facilitates management, aggregation, compilation, and analysis of information i.e. business intelligence which produces faster, more efficient and more accurate work.

DataVoyant can also work with many languages and be developed to accurately locate the sources of information by reading a huge amount of information efficiently. This technology is named Business Intelligence 2.0 by AMPLYFI.

However DataVoyant does not replace analysts; instead, it helps them work faster and more accurately.

**“AI and Machine Learning can increase speed, accuracy and efficiency of repetitive mundane tasks like reading, number, crunching and data gathering.”**

## AI AUGMENT: VOICE SKIN

27 July 2019

14:50 - 15:10

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**ไมค์ แพิพพัส**

**ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร  
ของโมดูเลต ดอท เอไอ**

Mike Pappas

Co-Founder & CEO, Modulate.Ai



การแสดงรูปลักษณะทางกายภาพของเราในโลกแห่งความจริงนั้น อาจก่อให้เกิดการตัดสินใจที่มีอคติจากคนอื่น ๆ ทั้งในเรื่องสีผิว ชาติพันธุ์ ศาสนา เป็นต้น ดังนั้น จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่หลายคนชื่นชอบการปรากฏตัวและสื่อสารกับคนอื่นในสังคมออนไลน์ - โลกเสมือนจริงที่พวกเขาสามารถสร้าง avatar เป็นตัวแทนของเขาได้ และโลกเสมือนจริงที่พวกเขาสามารถเลือกได้ว่าจะกำหนดให้ผู้อื่นทำความรู้จักพวกเขาอย่างไร

อย่างไรก็ตาม จิ๊กซอร์ชิ้นหนึ่งที่ยังคงขาดหายไปในการแสดงตัวตนผ่านโลกออนไลน์คือ เสียง เพราะที่ผ่านมายังไม่มีเทคโนโลยีใดที่สามารถให้เราสร้างเสียงที่เราต้องการออกมาได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ เสียงยังคงเป็นอุปสรรคที่สามารถบ่งบอกถึงเชื้อชาติและตัวตนของเราได้ ทำให้การสื่อสารในโลกออนไลน์ยังคงไม่เป็นอิสระในการแสดงตัวตนอย่างแท้จริง

Modulate.Ai จึงคิดค้น AR (Augmented Reality) ขึ้น โดยเป็นเทคโนโลยี Voice Skin ที่ช่วยให้เราสามารถปรับเปลี่ยนเสียงของเราให้เป็นอย่างที่เราต้องการสื่อสารออกไป

ได้ AR ยังสามารถใช้ได้กับทุกแอปพลิเคชัน รวมถึง Voice Chat และเพื่อป้องกันไม่ให้มีผู้ไม่หวังดีนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้ในทางไม่ถูกต้อง AR จึงยังมีระบบตรวจจับและป้องกันหากมีผู้นำเสียงนี้ไปใช้นอกโลกออนไลน์

**“การแสดงตัวตนของคุณจะเป็นอิสระอย่างแท้จริง เมื่อ AR ทำให้คุณสามารถกำหนดได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ว่าอยากจะสื่อสารตัวตนออกไปอย่างไร”**



Our physical appearances and expression - skin color, race, religion-can arouse prejudice. Therefore it is not abnormal that many people prefer to express themselves and communicate with others online, the virtual world that they can make their presence as an avatar. In the virtual world, they can design how they want to be known.

However a missing jigsaw piece of self-expression is voice. This because, recently, there has been no technology enabling us to create the desired voice, which is still a threat to racial and identity expression that limits self-expression in communication in the cyberworld.

Modulate.Ai therefore developed AR (Augmented Reality) with the technology of Voice Skin which can change our voice into the desired one. AR is also compatible with all applications including voice chat. To prevent the misuse of the technology, AR has a

detection system which does not allow the use of voice outside the online world.

**“You can express yourself truly freely with AR technology which allows you to communicate as desired.”**

## A WHOLE NEW WORLD (OF CANNABIS)

27 July 2019

15:20 - 15:40

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**คริสตี้ เคลลี**

**ผู้อำนวยการบริหารของ  
กลุ่มอุตสาหกรรมกัญชา**

Kristi Kelly

Executive Director,

Marijuana Industry Group



การใช้กัญชาเพื่อการรักษาทางการแพทย์ปรากฏอยู่ในประวัติศาสตร์มายาวนาน โดยกัญชาเป็นพืชที่มีสารเทอร์ปีนอยด์ (Terpenoid) ที่มีฤทธิ์สมานแผลและลดการอักเสบ

ปัจจุบัน ประเทศออสเตรเลีย แคนาดา และไทย ได้ผ่านกฎหมายการใช้กัญชาทางการแพทย์แล้ว โดยไทยเป็นประเทศแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่อนุญาตให้ทำการวิจัยและพัฒนา กัญชาทางการแพทย์อย่างถูกกฎหมาย อนุญาตให้ผู้ป่วยใช้กัญชาในการรักษาภายใต้การดูแลของแพทย์ และบุคคลที่ได้รับใบอนุญาตจะสามารถผลิต แปรรูป นำเข้าและส่งออกกัญชา เพื่อจุดประสงค์ทางการแพทย์ได้ ทั้งหมดจึงถือเป็นการเปิดโอกาสทางธุรกิจอย่างมหาศาลที่อาจมีมูลค่าพุ่งขึ้นสูงถึง 174,000 ล้านบาท ในปี 2024

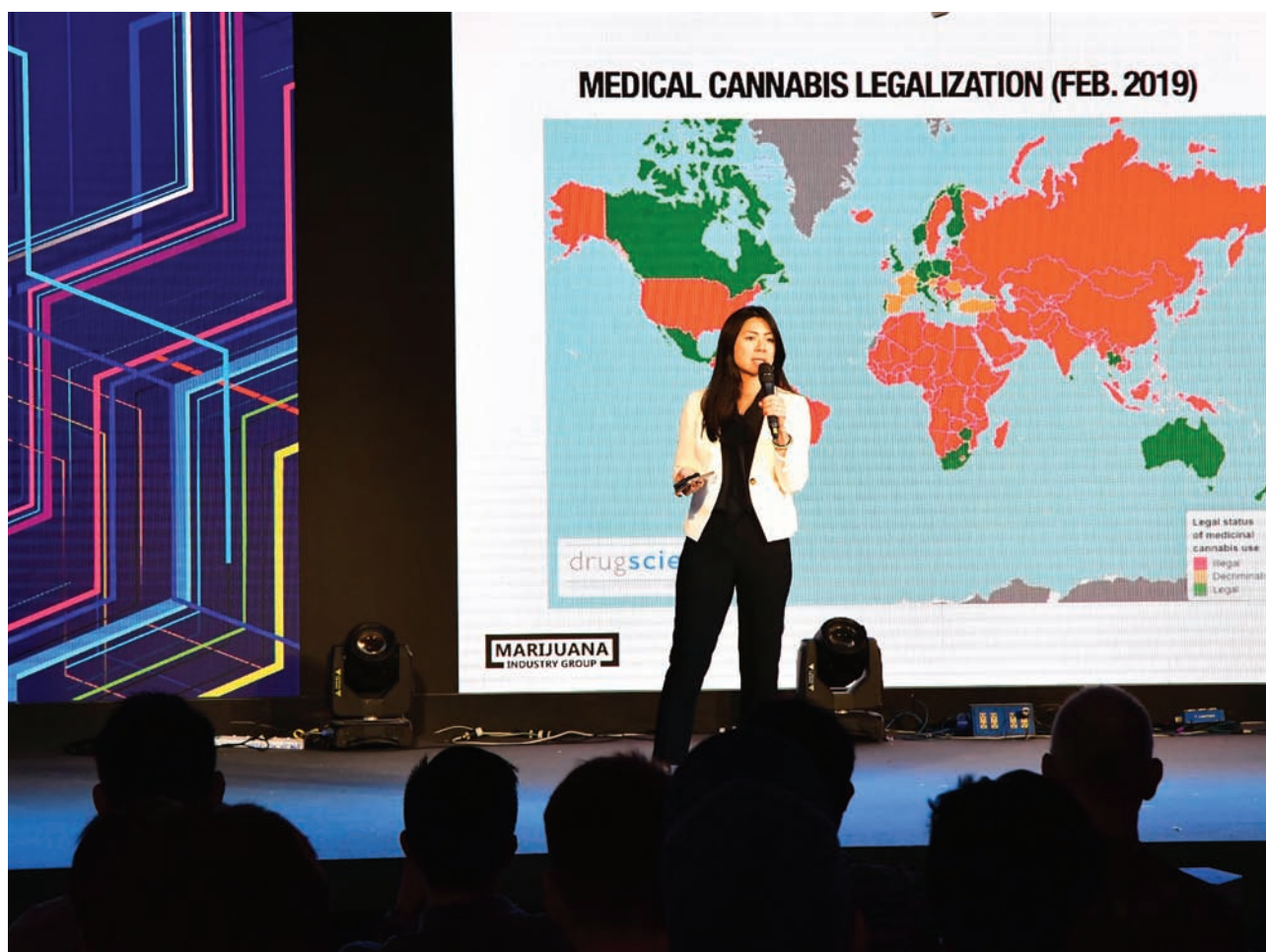
เพราะแค่ในเอเชียก็มีผู้ใช้กัญชา 2% ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งคิดเป็นตัวเลขก็มีมากถึง 86 ล้านคน

การเพาะปลูกกัญชาสามารถทำได้หลายวิธี ทั้งปลูกในร่มที่มีการควบคุมแสงและอุณหภูมิ การปลูกในเรือนปลูกที่มีการควบคุมได้บางส่วน และการปลูกกลางแจ้งที่ปล่อยให้

ปัจจัยต่าง ๆ เป็นไปตามธรรมชาติ ส่วนการแปรรูปนั้นทำได้ทั้งการสกัดเป็นน้ำมันหรือแวกซ์ การแปรรูปให้เป็นอาหารที่เพิ่มเติมรสชาติให้รับประทานได้ง่าย และการสกัดเป็นโลชั่นหรือน้ำมันหอมระเหย

เมื่อกัญชาถูกกฎหมายจะก่อให้เกิดโอกาสที่ดีแก่สตาร์ทอัพ เพราะที่ผ่านมายังไม่มีใครเข้าถึงกระบวนการผลิตกัญชาทั้งระบบ ตั้งแต่ การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การแปรรูป และการขนส่ง เป็นต้น

**“โอกาสในการทำธุรกิจเกี่ยวกับกัญชาเปิดกว้างมาก และคนที่เข้าไปถกฉวยโอกาสได้เร็วที่สุดก็จะเป็นคนที่สร้างผลกำไรได้มหาศาลทั้งในประเทศและนอกประเทศ”**



Medicinal use of cannabis has long been practiced in human history as terpenoids, an organic found in cannabis, have pharmacological properties of healing wounds and reducing inflammation.

Australia, Canada, and Thailand have currently legalized medical use of cannabis, and Thailand is the first country in Southeast Asia that gives a permission for the research and development of using cannabis for medical purposes, grants a patient permission to use cannabis under the supervision of physician, and issues a licence for cannabis manufacture, as well as import and export for medical reasons. This is a tremendous business opportunity which could be valued up to THB 174,000 million in 2024 benefiting from a huge demand for medicinal use of cannabis as seen in Asia, there is 2% of all population or 86 million cases.

Cannabis can be grown in several ways - indoors where lights and temperature are controlled, or in a greenhouse where those factors are partly controlled, and outdoors where it naturally grows. As for processing, it can be extracted as cannabis oil or wax, flavored food for easy consumption, lotion and oil.

When legalized, cannabis will be a great opportunity for startups because there has been so far no real access to cannabis manufacture through its supply chain from growing, harvesting, processing, and transporting.

**“The opportunities in Cannabis are vast and the early adopter will reap the benefits domestically and globally.”**

## ANIMAL-FREE ANIMAL PRODUCTS

27 July 2019

15:40 - 16:20

Main Stage, True Digital Park

Speaker

**วิกเตอร์ เมเซียก**

**หัวหน้าวิศวกรเนื้อเยื่อ**

**มิชชัน บาร์นส**

Viktor Maciag

Lead Tissue Engineer,

Mission Barns



จำนวนประชากรโลกที่จะเพิ่มสูงขึ้นส่งผลกระทบต่อความต้องการอาหารประเภทเนื้อสัตว์ที่มากขึ้นตาม แต่การทำฟาร์มปศุสัตว์จำเป็นต้องใช้เนื้อที่มาก ซ้ำยังส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน ดังนั้น นักวิทยาศาสตร์จึงให้ความสนใจในการผลิตเนื้อสัตว์ในห้องทดลองมากขึ้น เพื่อช่วยลดปัญหาดังกล่าว

Mission Barns เป็นสตาร์ทอัพจากเมืองเบิร์คเลย์ แคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา ที่พัฒนาสิ่งที่เรียกว่า Cultured Meat ขึ้น กล่าวคือเป็นเนื้อสัตว์ที่เกิดจากการเพาะเซลล์ในห้องทดลอง โดยในการทำงานนั้น Mission Barns จะทำการแยกเซลล์ออกจากสัตว์ในฟาร์ม แล้วนำมาเพาะเลี้ยงในถังหมัก (bioreactor) จากนั้น เมื่อเซลล์เติบโตเป็นเนื้อเยื่อ จึงทำการเก็บเกี่ยวมาบริโภค

กระบวนการเพาะเนื้อสัตว์ในห้องทดลองไม่เพียงช่วยลดพื้นที่ในการทำฟาร์มปศุสัตว์เท่านั้น แต่ยังลดการใช้ น้ำ อีกด้วย ในอนาคต Mission Barns ยังวางแผนที่จะพัฒนา Cultured Meat ในประเภทอื่น ๆ เช่น อาหารทะเล อย่างไรก็ตาม ปัญหาของ Cultured Meat ที่พบคือ แม่หน้าตาของ

Cultured Meat จะเหมือนเนื้อสัตว์ แต่ยังไม่สามารถทำให้รสชาติอร่อยเท่าเนื้อสัตว์จริง ๆ ได้ โดยเฉพาะถ้าขาดไขมันไป ดังนั้น Mission Barns และสตาร์ทอัพอื่น ๆ จึงยังคงต้องพัฒนาต่อไปเพื่อให้ Cultured Meat เป็นทางเลือกของการบริโภคที่มีประสิทธิภาพ

**“ความต้องการเนื้อสัตว์ในการบริโภคของประชากรโลกกำลังเพิ่มสูงขึ้น เพราะฉะนั้นเราจึงกำลังจะขาดแคลนเนื้อสัตว์กับ”**



Due to the growing number of world population, the demand for meat consumption is rising accordingly. However, animal farming requires the use of vast land and contributes to global warming. To deal with the problem, scientists have therefore become interested in lab grown meat.

Mission Barns, a startup from Berkeley, California, has developed cultured meat which is produced by in vitro cultivation of animal cells. The process begins with collecting cells from an animal, then culturing them in a bioreactor before harvesting for consumption when they grow as tissue.

Not only does lab grown meat help reduce land use for farming, it also decreases the amount of water use. In the future Mission Barns has a plan to develop cultured meat for other types of food such as seafood. However, the challenge is cultured meat does not taste

as good as conventional meat because it contains less fat content. So Mission Barns, as well as other startups, are essential to further development so that cultured meat becomes another favorable alternative consumption.

**“Global meat demand is rising, so we’re going to run out of meat.”**



---

# **ASIA & GLOBAL MARKET CONFERENCES**

(L Stage 26 Jul 19)

---

---

3.9

# CONFERENCES

---

## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

10:00 – 10:30

L Stage, True Digital Park

Speaker

**ยูเลีย คริสโตฟีค โซปา**

**ประธานคณะกรรมการ สตาร์ทอัพ โปแลนด์**

Julia Krysztofiak-Szopa

President of the Board, Startup Poland



ยูเลียได้มาแนะนำเกี่ยวกับประเทศโปแลนด์ให้กับสตาร์ทอัพคนไทยที่สนใจจะไปลงทุนที่ประเทศโปแลนด์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ทำเกี่ยวกับ Tech Startup

โปแลนด์ถือเป็นประตูสำคัญที่จะก้าวเข้าไปสู่ทวีปยุโรป เพราะเป็นประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปซึ่งถือเป็นกลุ่มตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก มี Digital Single Market ซึ่งสามารถสื่อสารเชื่อมโยงกับผู้คนที่ได้ทั้งทวีปยุโรป ปราศจากภาษาและยังอยู่ในกลุ่มซึ่งเกินซึ่งคุณสามารถเดินทางภายในยุโรปโดยไม่ต้องใช้พาสปอร์ต

สตาร์ทอัพโปแลนด์ยังคงต้องการนักพัฒนาซอฟต์แวร์อีกมากและเงินเดือนสำหรับตำแหน่งนี้ก็สูงขึ้นมาก โปแลนด์เป็นประเทศแรกในยุโรปที่มีความเท่าเทียมกันทางเพศมากที่สุด และมีผู้ก่อตั้งเป็นผู้หญิงในอัตราส่วนสูงที่สุดในชุมชนของ Tech Startup โปแลนด์มีอัตราการเติบโตของสตาร์ทอัพที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา กับบริษัทข้ามชาติต่าง ๆ หลายบริษัท และมีสัดส่วนกระจายไปทั่วทั้งประเทศไม่ได้มีเฉพาะในเมืองหลวงอย่างกรุงวอร์ซอเท่านั้น สิ่งที่โปแลนด์แตกต่างจากกรุงเทพฯ คือ ธุรกิจโปแลนด์ส่วนใหญ่จะเป็นแบบ B2B คือ การทำธุรกิจของกลุ่ม

ธุรกิจถึงกลุ่มธุรกิจด้วยกันไม่ใช่ถึงลูกค้ารายย่อย นอกจากนี้โปแลนด์ก็ยังเป็นที่หมายตาของผู้ลงทุน VC จากทั่วโลก ไม่ได้ตีกรอบเฉพาะแค่คนในโปแลนด์เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงบริษัทข้ามชาติที่ตั้งอยู่ในโปแลนด์ด้วย

Fin Tech (Financial Technology) ถือเป็นตลาดดิจิทัลที่สำคัญที่สุด VC และ Angel Fund ของโปแลนด์ยังมีความน่าสนใจอย่างมากที่จะให้การลงทุนกับผู้ลงทุนใหม่ๆ ซึ่งอาจจะเป็นโอกาสที่ดีของธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น รัฐบาลโปแลนด์ยังเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนต่างชาติที่ต้องการไปลงทุนที่ประเทศโปแลนด์ และสิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้เห็นโอกาสคือมีเพียง 3% ของบริษัทสตาร์ทอัพโปแลนด์ที่มาลงทุนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพราะยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดฝั่งเอเชียมากนัก นี่อาจจะเป็นข้อได้เปรียบที่ดีสำหรับ Tech Startup ที่ต้องการมาเปิดตลาดในประเทศโปแลนด์และแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน

**“ถ้าคุณเลือกลงทุนที่ประเทศโปแลนด์ คุณมีทั้งสหภาพยุโรปได้ด้วยเพียงปลายนิ้วมือ”**



Julia got a chance to introduce Poland to Thai startups that might be interested to invest in Poland, particular tech startups.

Poland is considered to be a key gateway to Europe because its membership to European Union, which is the world's second biggest market. It is virtually a digital single market, which connect and communicate with people all over Europe. It is without internal tax. It is Schengen visa area which allow people to travel in the area with one visa.

Polish startups still look for more software developers with increasing level of salaries. Poland is the first among European countries that cherishes gender equality, with the highest percentage of female founders. Polish tech startup community have seen a significant growth in the past 10 years along with top global companies. These have spread to other cities than the capital city, Warsaw. The main difference of Poland and Bangkok is that in Poland, main businesses are B2B, a business-to-business

transaction, not quite for personal customers. Poland is targeted by many venture capitalists, not only within Poland, but international corporates situating in Poland.

Financial Technology is the most important digital market. VC and angels fund in Poland still have strong interest to invest with investors, which can be good opportunities for startups. Polish government is open for international investors who wants to invest in Poland. An interesting fact is that only 3% of Polish startups invests in South East Asia because they know nothing about Asian markets. It might be a good advantage for tech startups who want to open its market in Poland and mutually exchange information.

**“If you come to Poland, you have the whole European Union at your fingertips.”**

## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

10:30 – 11:00

L Stage, True Digital Park

Speaker

**อเลจานโดร พานาส เฮาส์มานน์**  
**Entrepreneurship Director,**  
**UC Innovation Center**

Alejandro Parnas Hausmann  
 Entrepreneurship Director,  
 UC Innovation Center



วัตถุประสงค์หลักของ Entrepreneurship หรือผู้ประกอบการ คือการส่งเสริมและเชื่อมโยงธุรกิจต่าง ๆ ให้กับทั้ง early startup และ advance startup ไม่ว่าคุณจะอยู่ในช่วงเวลาไหนของธุรกิจที่คุณทำอยู่ UC Innovation Center จะเชื่อมโยงธุรกิจของคุณเข้าสู่แวดวงธุรกิจ ให้ได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสารที่จะผลักดันส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงเชื่อมต่อกับทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานการศึกษานอกจากนั้นยังมีกองทุนจากหน่วยงานรัฐบาล กองทุนส่วนบุคคล มีโปรแกรม Accelerator ที่หลากหลาย มีโปรแกรม Mentor ที่ CEO ของบริษัทที่เป็นคู่สมาชิกเข้ามาร่วมทำงาน และให้คำแนะนำกับสตาร์ทอัพ มีบริการ co-working space ที่สามารถใช้เป็นที่ทำงานได้ ศูนย์นวัตกรรมแห่งนี้พร้อมเป็นศูนย์กลางผลักดันให้สตาร์ทอัพสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

“เมื่อสตาร์ทอัพตัดสินใจมาที่ศูนย์นวัตกรรมของเรา เราช่วยให้เขาเติบโตสู่ระดับประเทศหรือระดับโลกของแถบละตินอเมริกา”



The main objective of entrepreneurship is to promote and connect businesses to one another, for both early startups as well as advanced startups. No matter which stage of business cycle you are, UC Innovation Center will connect you to business networking, so you will obtain knowledge and information needed to promote your business to success. This includes connections to government agencies, private sectors, education and research units. Besides, there will be some funding from government agencies and private funds. There will be accelerator programs, mentoring schemes that CEO from many trade and business partners participate and consult startups. There is also co-working space service which give you spaces to work. This innovation center is ready to take center stage in pushing startups towards their set objectives.

**“Once the startup comes to our innovation center, we help them to become a national or a regional player in Latin America.”**

## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

11:00 – 11:45

L Stage, True Digital Park

### Speakers

#### • นภาพร เจริญทอง

ที่ปรึกษาการลงทุนในญี่ปุ่น องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (เจโทร)

#### • โนริอากิ โคบายาชิ จาก ซาเลนเนอร์ยี

#### • ซากิ อินะ จาก

Uzabase Asia Pacific Pte. Ltd. (SPEEDA)

#### • ทาคานอรี ทาคะเดะ จาก Abeja

• เคอิสุเกะ อินนามิ Chief Assistant to General Producer ของ Knowledge Capital Association

• โยชิยุกิ ทาคาฮาชิ Concierge, Fukuoka Global Startup Center

#### • Napaporn Reanthong,

Invest Japan Promoter, Japan External Trade Organization (JETRO)

#### • Noriaki Kobayashi, Challenergy Inc.

#### • Saki Ino,

Uzabase Asia Pacific Pte Ltd. (SPEEDA)

#### • Takanori Takeda, Abeja

• Keisuke Innami, Chief Assistant to General Producer, Knowledge Capital Association

• Yoshiyuki Takahashi, Concierge, Fukuoka Global Startup Center

เจโทร (JETRO) เป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ซึ่งมุ่งหวังส่งเสริมธุรกิจระหว่างประเทศญี่ปุ่นและต่างประเทศ กิจกรรมหลัก ๆ ของเจโทรคือ

1. สนับสนุนบริษัทญี่ปุ่นที่ต้องการทำธุรกิจในต่างประเทศ
2. สนับสนุนบริษัทต่างชาติที่สนใจและต้องการเข้ามาลงทุนในประเทศไทย

เจโทรยังมีโปรแกรมเฉพาะเพื่อสนับสนุนผู้ที่สนใจจะมาลงทุนในประเทศไทยซึ่งเป็นโปรแกรมที่เรียกว่า Invest Japan Promotion ซึ่งให้บริการทางด้านการศึกษาด้านธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งบริษัท การให้คำแนะนำด้านกฎหมาย การให้เข้าออฟฟิศชั่วคราว การทำวีซ่า โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น และยังช่วยเรื่องการจับคู่ทางธุรกิจที่เหมาะสมให้อีกด้วย นอกจากนี้ยังได้แนะนำให้รู้จักกับกลุ่มสตาร์ทอัพจากประเทศญี่ปุ่นที่ทำงานร่วมกับเจโทร ซึ่งได้แก่

- Challenergy Inc. บริษัทที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีจากพลังงานลมในการจัดหาพลังงานไฟฟ้าเพื่อให้กลุ่มคนในรุ่นต่อไปได้ใช้งาน

- Speeda แพลตฟอร์มทางธุรกิจที่รวบรวมเอาข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลการทำธุรกิจ ข้อมูลการเงิน ข้อมูลทางการแพทย์ ข้อมูลทุกประเภทที่สามารถให้คุณเข้ามาค้นหาว่าเพียง 1 คลิก ทำให้ประหยัดเวลาในการทำค้นคว้าวิจัยในการหาข้อมูลจากหลายแหล่งที่มา

- Abeja เป็นบริษัทเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ให้การสนับสนุนบริษัทต่าง ๆ ทั่วโลกมากกว่า 200 โปรเจกต์ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยให้บริการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้คำปรึกษาในการนำ AI ไปใช้ในระบบธุรกิจต่าง ๆ



- Knowledge Capital Association ตั้งอยู่ที่เมือง โอซาก้า ประเทศญี่ปุ่น เชื่อมต่อกับ JR Osaka Station เป็น ตึกที่มีขนาดใหญ่สามารถรองรับผู้คนได้เป็นจำนวนมากและเป็น ศูนย์กลางการเรียนรู้ สามารถให้คนเข้ามาเช่าพื้นที่ในการ ทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นศูนย์รวมการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ให้กับคนรุ่นต่อไป และมีความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่รองรับการให้บริการทั้งภาครัฐและภาคเอกชน นอกจากนี้ยังมีบริการให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ อีกด้วย และ มีการทำงานร่วมกับสตาร์ทอัพจากต่างประเทศทั่วโลกและ สตาร์ทอัพที่มีบริษัทอยู่ในประเทศญี่ปุ่น

- Fukuoka Global Startup Center มุ่งหวังที่จะสนับสนุน ส่งเสริม และผลักดันให้ผู้ประกอบการต่างชาติได้มีโอกาส

จัดตั้งบริษัทในประเทศญี่ปุ่น มีบริการให้คำปรึกษา รวมไปถึง การจับคู่ด้านธุรกิจและหาทุนต่าง ๆ เพื่อรองรับความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการมาลงทุนในประเทศญี่ปุ่น

**“ฟุกุโอกะจัดเป็นเมืองที่มีความกระตือรือร้น เกี่ยวกับสตาร์ทอัพมากที่สุดในญี่ปุ่น ถ้าสตาร์ทอัพ สามารถเป็นที่รู้จักที่เมืองฟุกุโอกะได้ นั่นหมายความว่าสตาร์ทอัพนั้นจะเป็นที่รู้จักไปทั่วญี่ปุ่น”**

โยชิยูกิ ทาคาฮาชิ  
Concierge, Fukuoka Global Startup Center





JETRO has organized the special programs for those interested to invest in Japan via the program called 'Invest Japan Promotion. It offers business consulting service, from company setup, legal consulting, temporary office rent, visa advices, all without fee. Furthermore it offer business matching services as well as introducing startups that currently work with JETRO including:

- Challengery Inc – a company employing technology to generate electricity for the next generation to use.

- Speeda – a business platform that gather fundamental information including information for business, financial information, medical information, and most of all searchable data within one click. This will save time in researching across platforms and sources.

- Abeja – a company of Artificial Intelligence (AI) to support companies all over the world though more than 200 projects domestically and internationally. It is used to help solve various problems and offers consulting service in employing AI to use in diverse business systems.



- Knowledge Capital Association – situated in Osaka, Japan, and is accessible by JR Osaka Station. It is a big building with a capacity to accommodate a lot of visitors. It is a center for learning allowing people to rent its spaces for various activities, to be a center for creativities and innovation for the next generation. It offers facilities and amenities for public and private works. Besides it offers various consulting services, and currently works with many startups all over the world as well as ones in Japan.

- Fukuoka Global Startup Center aims to support, promote, and push foreign entrepreneurs to have opportunities to set up companies in Japan with its consulting services, business matching, and funding channels.

**“Fukuoka is the most active startup in Japan, if your startup can be outstanding here, it will be known all over Japan.”**

Yoshiyuki Takahashi,  
Concierge, Fukuoka Global Startup Center

## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

11:45 – 12:15

L Stage, True Digital Park

### Speakers

- **ยาน เซเบสตา Transport and Investment Manager, Confederation of industry of the Czech Republic Economic Policy Department**
- **อินิชา คูบีโควา Director of SMEs and ESA BIC Department**
- **แคทรินา คาปอโนวา Business Development Manager, Retailys.com s.r.o.**
- **พอล คูเชรา Chief Communications Officer (New Business Development, External Relations), Big Terra Alpha**
- Jan Sebesta, Transport and Investment Manager, Confederation of industry of the Czech Republic Economic Policy Department
- Tereza Kubicova, Director of SMEs and ESA BIC Department
- Katerina Kapounova, Business Development Manager, Retailys.com s.r.o.
- Paul Kucera, Chief Communications Officer (New Business Development, External Relations), Big Terra Alpha

อุตสาหกรรมที่แข็งแกร่งที่สุดของสาธารณรัฐเช็กได้แก่ อุตสาหกรรมรถยนต์ สาธารณรัฐเช็กยังถูกจัดให้อยู่ในอันดับต้น ๆ ของกลุ่มประเทศ CEE (Central and Eastern European) ของกลุ่มสตาร์ทอัพอีกด้วย สาธารณรัฐเช็กให้ความสนใจไปยัง กลุ่มซอฟต์แวร์และอีคอมเมิร์ซ มีสตาร์ทอัพเกิดขึ้นมากมาย และมีโปรแกรม Incubator, Accelerator รวมไปถึง VC ที่จะคอยรองรับความต้องการและสนับสนุนสตาร์ทอัพ

รัฐบาลและผู้นำประเทศได้ให้การสนับสนุนสตาร์ทอัพ เป็นอย่างมากในช่วงปีที่ผ่านมา นอกจากนั้นสาธารณรัฐเช็ก ได้เป็นเป็นตัวแทนสตาร์ทอัพของฝั่งยุโรปด้าน Ecosystems ฉะนั้นจึงมีความสำคัญอย่างมากที่สาธารณรัฐเช็กต้องการ ที่จะเชื่อมโยงกับสตาร์ทอัพจากทั่วโลก และทางสาธารณรัฐเช็กเองยังมีออฟฟิศในส่วนภูมิภาคสำหรับผู้สนใจจะลงทุน ทำธุรกิจ ไม่ได้มีจำกัดเฉพาะที่ปรากซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศเท่านั้น

รัฐบาลคำนึงถึงความต้องการด้านบุคลากรต่าง ๆ ที่ ยังขาดแคลน ดังนั้นทางหน่วยงานจะมีบริการด้านจัดหาคน ที่เหมาะสมกับโปรแกรมต่าง ๆ รวมไปถึงผู้ช่วยด้าน R&D (Research and Development) บริการสมาร์ททวิซ่า บริการ ช่องทางพิเศษ (fast track) ที่เร็วกว่าระบบปกติถึง 4 เท่า

Retailys หนึ่งในสตาร์ทอัพซึ่งเป็นระบบอีคอมเมิร์ซ ที่ประสบความสำเร็จจากสาธารณรัฐเช็ก โดยได้จัดทำช่องทาง การขายลงในทีเดียวแบบเป็นตัวอย่างให้เจ้าของธุรกิจ สามารถโพสต์ขายสินค้า และสามารถโปรโมตสินค้าผ่าน ช่องทางการจัดการบริหารที่มีข้อมูล รูปแบบ วิธีการจ่ายเงิน และภาษาที่เหมาะสมกับเจ้าของธุรกิจ ทั้งยังสามารถแสดง สินค้าในตลาดระดับท้องถิ่น แต่ยังคงอยู่ในตลาดทั่วโลกอย่าง Amazon.com ด้วยเช่นกัน อีกทั้งยังลดต้นทุนเวลาในการ เชื้อข้อมูลต่าง ๆ ด้วยการมีบัญชีกับระบบของ Retailys และ



กรอกข้อมูลต่าง ๆ ของธุรกิจ จากนั้นก็เชื่อมต่อสิ่งที่คุณอยากรู้เกี่ยวกับธุรกิจของคุณจากตลาดทั่วโลกได้

Big Terra Alpha Moderator หนึ่งในสตาร์ทอัพที่ได้เข้าร่วมโครงการ Incubator กับ ESA BIC Department เล่าถึงความสนใจในการเข้าร่วมโครงการ Incubator เนื่องจากต้องการหาคู่พันธมิตรจาก SEA เนื่องจากสิ่งที่กำลังทำอยู่นั้นเป็นปัญหาสากลทั่วโลกไม่ใช่แค่สาธารณรัฐเช็กเท่านั้น คือเรื่อง Food Security ซึ่งตอนนี้ได้พัฒนาซอฟต์แวร์ที่สามารถรายงานสภาพภูมิอากาศหรือทำนายล่วงหน้าว่าพื้นที่นั้น ๆ จะมีปัญหาในการเกษตรกรรมหรือไม่ จะมีน้ำเพียงพอหรือไม่ พื้นที่ใดที่เหมาะสมทำการเกษตร โดยใช้ดาวเทียมเป็นเครื่องมือเพื่อช่วยเหลือทั้งเกษตรกรและองค์กรที่มีความจำเป็นในด้านเกษตรกรรม

**“สาธารณรัฐเช็กไม่ได้เพียงมองหาผู้เริ่มต้นธุรกิจเท่านั้น เนื่องจากเป็นตลาดระดับโลก เราจึงมองหาหุ้นส่วนบริษัทที่มีความสนใจคล้ายกันที่จะมาทำธุรกิจร่วมกันที่ SEA”**

พล คูชรา Chief Communications Officer,  
Big Terra Alpha Moderator



The strongest industry of Czech Republic is automobile industry. Czech Republic is also rated as one of the top countries of CEE – Central and Eastern European of startups. Czech Republic has focused into software and e-Commerce categories. There are new happening startups and incubator, accelerator programs including venture capital to accommodate and facility startups.

Czech government offer great supports for startups in the past years. Besides, Czech Republic has represented European side of ecosystems. Therefore, it is very vital for Czech Republic to connect with startups from all over the world. It has offered opportunities to set up regional office for companies interested to invest

in business, and this is not limited to only Prague, its capital city.

Czech government does realize the human resource shortage, therefore related agencies now offer recruitment service for various programs including research and development assistants, smart visa service, fast track visa service which is 4 times faster than normal.

Retailys, one of the e-commerce startups that is successful from Czech Republic, provides selling channels into one place, as it acts as a mediator allowing business owners to advertise their products and promote them through given channels with an ability to manage information, formats, payment methods, and suitable languages for owners. It is also able to



show local markets, and still exist in global market like Amazon.com. This helps reduce time and cost of checking information by just having account with Retailys and filling business information, then you can connect and learn what you want to know about your business from global markets.

Big Terra Alpha Moderator, one of the startups participating in incubator project with ESA BIC Department, shared its interest in joining this incubator project. As it needs to find parts from Southeast Asia and its current work is a global problem, not only Czech, that is, food security. Now it develops software to report weather and predict local weather whether that certain area will face agricultural problems or not, whether there will be

sufficient water supply, the suitability of crop selection of the area, mainly by using satellites, as tools to help farmers and enterprises with agricultural needs.

**“Czech state is not looking for only startup, obviously it’s a global market, and we do looking for partnership with companies in similar spaces here in SEA.”**

Paul Kucera,  
Chief Communications Officer,  
Big Terra Alpha Moderator

## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

13:00 – 14:00

L Stage, True Digital Park

### Speakers

• **มัททิส ชมิทท์-เร็กซ์**

**ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง  
สมาคมนักธุรกิจ อินโนเวชัน จีเอ็มบีเอส**

• **ยาน ลาเคนมายเออร์**

**กรรมการผู้จัดการ เอ็นแพค อี วี**

• **อราวินท์ พันซ์**

**หัวหน้าฝ่ายความร่วมมือนานาชาติ โมชัน แลป**

• Matthias Schmidt-Rex, CEO and Founder of SmartHectar Innovation GmbH

• Jan Lachenmayer, Managing Director, enpact e.V.

• Aravinth Panch, Head of International Partnerships, Motion Lab

ในเบอร์ลินนั้น สิ่งสำคัญในการทำธุรกิจ คือ การแชร์ข้อมูลและความรู้ให้แกกัน ทุกสตาร์ทอัพควรคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไม่ใช่เพียงแค่ระดับองค์กรเท่านั้น แต่จะต้องรวมไปถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกและสิ่งแวดล้อมด้วย เราได้ยินเรื่องของ Green Economy มาตลอด แต่ประเทศไทยควรจะต้องคำนึงถึง Blue Economy ด้วย เนื่องจากประเทศไทยนั้นล้อมรอบไปด้วยมหาสมุทร อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญสำหรับสตาร์ทอัพคือการเป็นผู้ให้ก่อนที่จะรับ และถ่ายทอดความรู้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดระบบนิเวศของธุรกิจอย่างยั่งยืน

ระบบนิเวศของธุรกิจเกิดจากองค์ประกอบหลากหลายอย่างที่ข้องเกี่ยวกัน การที่จะทำให้ระบบนิเวศประสบความสำเร็จนั้นทุกองค์ประกอบจะต้องทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ หากขาดอะไรไปอย่างใดอย่างหนึ่ง ผลลัพธ์ก็จะเป็นไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร อย่างเช่น หากเรามีเงินทุนแต่ไม่สามารถหาพนักงานที่มีคุณภาพ มันก็ไม่เกิดประโยชน์ เราจะต้องมีเน็ตเวิร์กที่แข็งแกร่ง ซึ่งจะต้องใช้เวลาสร้าง Enpect รู้ว่าจะต้องเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของระบบนิเวศเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ ตัวแปรที่จะเปลี่ยนระบบนิเวศได้ก็คือ

ประสบการณ์ระหว่างประเทศ โดยการเรียนรู้นโยบายของที่หนึ่งและนำมาปรับใช้กับอีกที่หนึ่ง

สิ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้สตาร์ทอัพประสบผลสำเร็จก็คือ การสร้างโครงสร้างที่เหมาะสมระหว่างสตาร์ทอัพกับบริษัท เพื่อให้การทำงานร่วมกันเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว การที่บริษัทมีแนวทางเชิงกลยุทธ์ก็จะทำให้การทำงานของสตาร์ทอัพมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทาง Enpact กับ SmartHectar ร่วมกันสร้างโปรเจกต์ชื่อ Enable Southeast Asia ซึ่งเป็นการรวมเอาบริษัทนานาชาติที่ต้องการร่วมงานกับสตาร์ทอัพในประเทศนั้น ๆ มาทำงานร่วมกัน ซึ่ง ณ ตอนนี้อยู่โปรเจกต์ได้มีการรวบรวมรายชื่อของบริษัทแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการหาสตาร์ทอัพที่ตรงกับความต้องการของบริษัทนั้น ๆ

**“คุณต้องเป็นผู้ให้ก่อนที่จะเป็นผู้รับเสมอ นี่คือนิสัยที่สำคัญมาก ๆ สำหรับความยั่งยืนของระบบนิเวศ”**

อราวินท์ พันซ์

หัวหน้าฝ่ายความร่วมมือนานาชาติ โมชัน แลป



In Berlin, the most important thing in operating business is to share information and knowledge to one another. Every startup should consider sustainable development, not only at organization level, but also in a whole, at global and environmental sustainability. We have heard about 'Green Economy' all along, but Thailand also needs to consider about Blue Economy, as the country is surrounded by oceans. Another important thing for startups is to be a giver before a taker, and transferring knowledge to one another to help each other, and establish a sustainable ecosystem.

A business ecosystem consists of various and related elements. The successful ecosystem will need all elements to work efficiently. If there is any factor missing, the outcome will not be as efficient as it should have been, such as if fund is sufficient but there is no efficient staff, it will be then useless. We need to have a strong healthy network, which requires time to build.

Enpact and SmartHectar jointly create a projected named 'Enable Southeast Asia' which is the collection of international companies aiming to working local startups of certain countries to work together. Now the project completed its company compilation process, and now plans to match those corporate needs.

**“You should always give first before you get. This is a very important aspect for a sustainable startup ecosystem.”**

Aravinth Panch,  
Head of International Partnerships,  
Motion Lab Moderator



## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

14:00 – 14:30

L Stage, True Digital Park

Speaker

**อ็อลซาส อ้าคบายาค**

**รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Beln Tech**

Olzhas Akbayev, Deputy CEO, Beln Tech



Beln Tech (Be Innovative and Technological) เป็นบริษัทเทคโนโลยีหน่วยงานนวัตกรรม หน่วยการลงทุน ที่ทำงานร่วมกับ BI group ซึ่งเป็นบริษัทก่อสร้างที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ค้าซัสสถาน และยังทำงานร่วมกับกลุ่มองค์กรและสตาร์ทอัพต่าง ๆ เพื่อหาเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้กับประเทศ และเพิ่มขนาดของสตาร์ทอัพในประเทศให้มีมากขึ้นเพื่อเข้าสู่ตลาดโลก ทั้งยังพยายามสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับอุตสาหกรรมก่อสร้าง เพื่อให้ประเทศไทยก้าวขึ้นเป็นประเทศเติบโตมากขึ้น

Beln ยังมีตัวแทนกระจายไปในหลายประเทศทั้งอเมริกา อังกฤษ และเยอรมนี อีกทั้งยังมีสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศไทย อุตสาหกรรมก่อสร้างในปัจจุบันมีความเติบโตอย่างมาก แต่เกิดความไม่สมดุลในหมู่ผู้ลงทุนเพราะมีเพียงแค่ 1% เท่านั้นที่ลงทุนในหมวดนี้ แต่เริ่มมีคนเข้ามาสนใจลงทุนมากขึ้น และภายในปี 2018 มีบริษัทยูนิคอร์นเพิ่มขึ้นถึง 4 บริษัท จึงเป็นสัญญาณที่ดีต่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

สิ่งที่ Beln พยายามสร้างขึ้นมาก็คือแพลตฟอร์มกลางที่เชื่อมโยงระหว่าง BI Group กับผู้ผลิต นักออกแบบ และบริษัทก่อสร้าง ให้เกิดเป็นเครือข่ายพันธมิตรที่จะมาช่วยกันสร้างสรรค์คุณค่าในมิติใหม่ๆ ตลอดจนเพิ่มคุณค่าให้กับอุตสาหกรรมก่อสร้าง ผ่านการสร้างสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศนี้ให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานอาคาร ทั้งนี้ แพลตฟอร์มนี้จะเจาะเพียงกลุ่มลูกค้าที่เป็นอุตสาหกรรมก่อสร้างเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคารอีกด้วย

**“เรามีความเชื่อมั่นอย่างมากว่าอุตสาหกรรมก่อสร้างมีโอกาสสูงมากที่จะเติบโตในโลกดิจิทัล และการลงทุนของสตาร์ทอัพ”**



BeIn Tech (Be Innovative and Technological) is a technological company on innovation and investment working jointly with BI Group, which is the biggest construction company in Kazakhstan. It also works with various enterprises and startups to explore new technologies for the country and increase the size of its domestic startups, so they can be more competitive at global markets. It also tries to generate new innovation for its main constructing industry to boost domestic economic growth.

BeIn has many representative offices in many countries including USA, UK, and Germany. It has good relation with Thailand, particular its construction industry which has seen a great growth recently. But there is an imbalance investment as there are only 1% of investors investing in this category. There are more to invest, and

in 2018, there are four more unicorn startups, which is an promising sign for construction industry.

BeIn is building a platform that connects BI Group to manufacturers, designers and construction companies to form a partnership network that will create values in new dimension and add values to construction industry through building the environment and ecosystem matching the users' needs. This platform focuses on the client in the construction industry and related business.

**“We strongly believe that construction industry has a huge opportunities in the digitalization and investing startup.”**

## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

14:30 – 15:00

L Stage, True Digital Park

Speaker

**ปิยะวัฒน์ จริยเสตพงษ์**

**รองผู้อำนวยการ**

**บริษัท ลาว เทเลคอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (แอลทีซี)**

Piyawat Jriyasetapong, Deputy Director,  
Lao Telecommunication Company (LTC)



ลาว เทเลคอมมิวนิเคชั่นส์มีผู้ถือหุ้น 51% จากกระทรวง การคลังของรัฐบาลลาวและที่เหลือ 49% เป็นผู้ถือหุ้นต่าง ประเทศ ถือครองตลาดอันดับ 1 ในประเทศลาว ภายใน 5 ปีที่ผ่านมาพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของชาวลาวได้ เปลี่ยนแปลงไปมาก ประเทศลาวยอมรับและนำดิจิทัล เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น และในอนาคตมี แนวโน้มที่จะสูงขึ้นอีกมาก

ปัจจุบันที่ประเทศลาวมีการใช้งาน 4G ได้รับอิทธิพลการใช้ แอปพลิเคชันบางอย่าง เช่น การจ่ายเงินผ่านระบบมือถือจากจีน ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้สูงมากที่ประเทศลาวจะเปิดกว้าง ต้อนรับยุคดิจิทัล ขณะนี้รัฐบาลเองมีความต้องการที่จะจัด ระบบทางความคิดในการใช้สื่อดิจิทัลให้กับคนในประเทศ และให้การสนับสนุนเต็มที่กับผู้ที่มีความคิดดี ๆ มานำเสนอ

LTC'S ต้องการที่จะปรับทุกอย่างให้ไปสู่พื้นฐานเบื้องต้น ปรับความคิดพื้นฐานในการใช้สื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวัน

และให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์โดยหลักการสำคัญ คือการออกแบบความคิดทั้งพนักงานในองค์กรและชุมชน นำชีวิตเข้ามาสู่ผู้คน ในอนาคตเราทุกคนสามารถซื้อเทคโนโลยี ได้ แต่จะทำอย่างไรให้คนปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลงกับ ยุคดิจิทัลที่กำลังเข้ามา

**“ประเทศลาวต้องการก้าวต่อไปในระบบ เศรษฐกิจดิจิทัลและสังคมดิจิทัล ด้วยขนาดของ ประเทศและแรงสนับสนุนจากหน่วยงานระดับสูง เราจะก้าวไปข้างหน้าอย่างแน่นอน”**



Lao Telecommunication is 51% held by Lao's Ministry of Finance, while other 49% is privately held by foreign entities. It has number one market share in Lao's telecommunication market. In the past five years, there are changes in mobile internet usage among Lao mobile phone users. Lao has accepted and upheld more digital technology into their everyday lives. The trend suggests this will be even higher in future.

Now Lao has 4G network in use with certain influences on particular applications such as mobile payment from China. So there are great potentials that Lao will be more open to digital age. Lao Government itself has a will to support any concept of digital management domestically, and will offer its full support for any good idea suggested to them.

LTC wishes to adjust everything to basic fundamental including basic ideas on daily life digital media, and focus on human resource. The key principles are to design ideas of its employees and communities, bringing lives to people. In future, we all can buy technologies, but how do help people change and adapt to the incoming digital changes?

**“Laos want to go further in digital economy and digital society. And the size of country with the support from high level we will go forward.”**

## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

15:00 – 15:30

L Stage, True Digital Park

Speaker

**มาร์ค กัสโตวสกี**

**ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร**

**QUT Creative Enterprise Australia**

Mark Gustowski,

CEO of QUT Creative Enterprise Australia



วิวัฒนาการของสตาร์ทอัพประเทศออสเตรเลียมีมาตั้งแต่ปี 1998 เป็นระยะเวลากว่า 20 ปีแล้วและเริ่มได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลมากขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้สื่อมวลชนก็ยังนำเสนอข่าวเกี่ยวกับสตาร์ทอัพและให้ความสำคัญกับชุมชนสตาร์ทอัพอย่างเสมอมา

โดยชุมชนสตาร์ทอัพได้กระจายตัวอยู่ทุกเขตของประเทศ และมีโคเวิร์กิงสเปซขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับการทำงานของกลุ่มได้ สตาร์ทอัพในออสเตรเลียทุกรายเกิดมาก็รู้ว่าการที่จะไปได้ไกลและประสบความสำเร็จนั้น จะต้องมีความออกนอกประเทศไปสู่ตลาดโลกเท่านั้น ฉะนั้นทุกคนจะเริ่มต้นจากกระบวนการคิดที่จะทำอย่างไรให้ผลงานได้ออกไปสู่ตลาดโลก แม้ว่าการเติบโตของชุมชนสตาร์ทอัพจะดำเนินไปได้เป็นอย่างดี ออสเตรเลียมี VC มีโปรแกรม Accelerator และ Incubator ที่หลากหลาย สามารถออกแบบ Sprint และโปรแกรมต่าง ๆ

รองรับสตาร์ทอัพได้ แต่สิ่งหนึ่งที่ออสเตรเลียยังต้องการอีกมากคือ Seed Funder ผู้ลงทุนที่จะเข้ามาลงทุนให้กับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น

ช่วงอายุของสตาร์ทอัพคือ 35-40 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ใช้ชีวิตมาแล้วในระดับหนึ่ง เริ่มรู้สึกถึงสิ่งที่ทำอยู่ไม่ใช่ตัวเอง จึงต้องการลองทำอะไรที่ท้าทาย หรือกลุ่มคนที่มีเงินเก็บมากพอและต้องการลองเสี่ยงทำอะไรที่ตัวเองต้องการ แต่คนรุ่นใหม่ก็ให้ความสำคัญกับสตาร์ทอัพเช่นกัน ทั้งยังจัดให้มีหลักสูตร Entrepreneurship เข้าในหลักสูตรการเรียนอีกด้วย ออสเตรเลียเป็นตลาดที่ชอบทดลองและทดสอบสิ่งต่าง ๆ ก่อนเสมอ และรัฐบาลออสเตรเลียยังให้การสนับสนุนและให้ทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอีกด้วย ทั้งยังเปิดกว้างให้ชาวต่างชาติเข้ามาอาศัยและทำงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในประเทศอีกด้วย เพราะเล็งเห็นถึงคุณค่าของการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน



ปัจจุบัน ออสเตรเลียให้ความสำคัญอย่างมากที่จะสร้างประสิทธิภาพ เพิ่มความสามารถในการสร้างความเป็นผู้นำให้กับผู้ก่อตั้งโครงการและผู้ที่ต้องการเห็นความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในการสร้างช่องทางการตลาดต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นตลาดอาเซียนหรือตลาดยุโรป ความแตกต่างระหว่างชุมชน สตาร์ทอัพระหว่างประเทศไทยและออสเตรเลีย คือถึงแม้ว่าชุมชนสตาร์ทอัพในไทยเพิ่งมีมาแค่ 3-4 ปี แต่ก็มี jejireu เต็มโตที่เร็วมาก เร็วกว่าประเทศออสเตรเลียในยุคเริ่มต้น มีโอกาสทางธุรกิจเกิดขึ้นอย่างมหาศาล และมีประชากรเป็นจำนวนมาก มีช่องทางที่จะไปเชื่อมต่อกับตลาดอาเซียน มีการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากภาครัฐและเอกชน ในขณะที่ชุมชนสตาร์ทอัพของออสเตรเลียถือเป็นสตาร์ทอัพที่เป็นผู้ใหญ่แล้ว เกิดความผิดพลาดและสร้างการเรียนรู้ใหม่ มีความเชี่ยวชาญด้าน

โปรแกรม Accelerators และ Incubators มีโปรแกรม Design Sprint มากมาย มีกลุ่มสตาร์ทอัพในทุกเครือข่ายสายอาชีพ รวมไปถึงอาร์ตทิสและวงการแฟชั่น เมื่อเราเอาข้อดีของทั้งสองสิ่งมาทำงานร่วมกัน ก็จะเกิดผลงานดี ๆ ตามมาได้

**“เราต้องสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวให้เกิดขึ้นเพื่อที่จะได้รับผลลัพธ์ที่ดีให้กับทั้ง 2 ฝ่าย”**



Australia has seen its evolution of startups since 1998, or over 20 years. It has even gained more support in the past ten years. Moreover, local media have consistently covered news and focused on startup community ever since.

Startup community has been in every territory of the country. There are sizeable co-working spaces to accommodate groupworks. All Australian startups know that if they want to go far and be successful, they have to go global only. Therefore, everyone will start with thinking process on how to push their works to global market. Even the growth of Australian startups is going well, Australia has venture capital programs in forms of various accelerator and incubator programs. It helps

design Sprint, and other programs to facilitate startups. Still, Australia would want more of seed funders – investors to invest with startups at initial phase.

The age of startups is about 35 – 40 years old. This is an age group that have seen lives to certain levels, and realize that it might not be what they want. So they try something new or challenge themselves, or those with sufficient saving and want to risk on something they want. Younger generation also values startups. Entrepreneurship is often included to university curricula. Australians is a market that like trying and testing things first. Australian Government very much support and fund researches, as well as is quite open to international migration for work and exchanges ideas



within Australia. This is because they value knowledge exchange.

Nowadays, Australia highly focuses on creating efficiency and increasing leadership capability for potential founders, and those who want to see changes in society. Besides, it values the importance of establishing international trade channels to ASEAN and Europe. The key difference of Thai startup community and Australian one is that Thai startup community, even it is just 3 – 4 years old, is growing at such a fast pace, much faster than Australian one at the same stage. This creates massive business opportunities. Thailand has many population and channels to connect to ASEAN markets, if this is well supported by public and private

sectors. While Australian startups is characterized as more mature, learned by mistakes and rebuilding. They are specialized in accelerator and incubator programs with many design sprints. There are startup groups in all segments including artists and fashion. If we can combine these two good things to work together, we can surely create good works.

**“We need to build long term relationship to actually have better outcome for both parties.”**



## COUNTRY'S STARTUP ECOSYSTEM OR/AND ORGANIZATION'S STARTUP SUPPORT

26 July 2019

15:30 – 16:00

L Stage, True Digital Park

Speakers

• โรฮูลา รามาณี

ประธานคณะกรรมการของ DigikalaNEXT

• สينا เบซาดิฟาร์

นักวิเคราะห์กิจการลงทุนของ DigikalaNEXT

• Rouhollah Rahmani

Chairman of the Board, DigikalaNEXT

• Sina Behzadifard

Investment Analyst, DigikalaNEXT



Digikala เป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก (ยูนิคอร์น) ของอิหร่าน ซึ่งปัจจุบันได้ทำการลงทุนคืนกลับไปสู่ระบบนิเวศสตาร์ทอัพแล้ว อิหร่านเป็นประเทศที่มีประชากรจำนวนมากกว่า 83 ล้านคน และยังเป็นประเทศที่ติดอันดับ 1 ใน 3 รองจากอเมริกาและจีนในเรื่องของการมีบุคลากรที่จบวิศวกรรม

ระบบนิเวศสตาร์ทอัพเพิ่งมีการตื่นตัวในอิหร่านเมื่อประมาณ 7 ปีที่แล้ว และภายใน 7 ปีที่ผ่านมาอิหร่านได้มีสตาร์ทอัพเกิดขึ้นมากกว่า 1,400 แห่ง และวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากกว่า 50 แห่ง รวมไปถึงบริษัทที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว (ยูนิคอร์น) อีก 4 แห่ง สิ่งที่ทำให้วงการสตาร์ทอัพของอิหร่านเติบโตได้อย่างรวดเร็วนั้น ด้วยเพราะมีทรัพยากรบุคคลเป็นจำนวนมาก บริษัทยูนิคอร์นที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในอิหร่าน ได้แก่

- Alibaba.ir บริการขายตัวเครื่องบินออนไลน์

- CafeBazar.ir แอปพลิเคชันสำหรับดาวนโหลดแอป

ต่าง ๆ เช่นเดียวกับ Google Play แต่เป็นเวอร์ชันของอิหร่าน

- Snapp บริการเรียกรถเช่นเดียวกับ Uber

Digikala เป็นสตาร์ทอัพที่ใหญ่ที่สุดในอิหร่าน และประสบความสำเร็จอย่างมากในการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และด้วยการเติบโตอย่างรวดเร็ว Digikala จึงได้เริ่มกลับไปลงทุนกับสตาร์ทอัพในรุ่นต่อไป ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า DigikalaNEXT แผนการณ์ในอนาคตจะมีการคิดค้นให้การลงทุนกับการทำ AI แบบ 100% และแผนการธุรกิจนี้ยังสามารถต่อยอดนำไปใช้ในระดับนานาชาติ ไม่ได้จำกัดแต่เพียงในประเทศอิหร่าน อีกทั้งยังต้องการที่จะลงทุนกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นำการวิจัยของนักศึกษามาปรับใช้งานจริง มีสตาร์ทอัพสตูดิโอให้กลุ่มสตาร์ทอัพต่าง ๆ มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำงานร่วมกัน โดยรวมไปถึงการทำงานและการลงทุนร่วมกับนานาชาติ นอกจากนั้น 2-3 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลอิหร่านยังได้สนับสนุนให้ชาวต่างชาติมาลงทุนในประเทศด้วย ฉะนั้นจึงมีการรับประกัน 100% สำหรับการลงทุนของชาวต่างชาติ

**“ปัญหาคือความท้าทาย ความท้าทายคือโอกาส”**



Digikala is a highly successful company (a unicorn) of Iran. Now it can reinvest in a startup ecosystem. Iran has population of 83 million, and is ranked third for having most engineering graduates, following USA and China.

Iran was just well aware of startup ecosystems in the past 7 years. In the past 7 years, Iran has seen more than 1,400 startups, and 50 of them are of science and technology. While four are considered as unicorns, or highly successful. The main factors driving Iran startup's rapid growth is abundant human resource. The highly successful unicorns feature:

- Alibaba.ir – online air ticket selling service
- CafeBazar.ir – mobile application for downloading other application in the same manner as Google Play, but for Iran.
- Snapp – a ride hailing service in the same manner as Uber

Digikala is Iran's biggest startup and very successful in operating its business with digital media. With this rate of growth, it starts investing in the newer generation of startups, called DigikalaNEXT. In future, it plans to explore investment in 100% AI creating. Furthermore, it plans to do so at international level, not limit to just within Iran. It wants to invest with more universities, and apply researches to actual work, to offer startup studios for various startups to share ideas and work together. Overall it wants to work and invest at international level. In the past few years, Iranian Government wishes to attract foreign investors to invest more in Iran, so it offers 100% investment guarantee schemes for foreign investment as well.

**“Problems are actually challenges. Challenges are actually opportunities.”**

## GRAND OPENING DISTRICT C. WHAT IS THE GLOBAL HUB?

26 July 2019

16:00 – 16:30

L Stage, True Digital Park

Speaker

**ดร. พันธุ์อาจ ชัยรัตน์**

**ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ  
(องค์การมหาชน)**

Dr. Pun-Arj Chairatana

Executive Director,

National Innovation Agency (Public Organization)



สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติมีความตั้งใจที่จะทำงานเชื่อมโยงระหว่างประเทศ รวมไปถึงการทำงานร่วมกับสตาร์ทอัพจากทั่วโลก จึงได้ริเริ่มโครงการ The Global Hub ขึ้นมาเพื่อจุดประสงค์ 3 ประการด้วยกัน

1. เพื่อการเข้าถึงชาวต่างชาติหรือผู้เริ่มต้นทำธุรกิจที่ได้เดินทางเข้ามาอยู่ในประเทศไทย
2. เพื่อค้นหาทำความรู้จักกับกลุ่มสตาร์ทอัพใหม่ ๆ จากทั่วโลกที่เราอาจจะคุ้นเคยดีอยู่แล้ว หรืออาจจะไม่เคยรู้จักมาก่อนเลย และเป็นสะพานเชื่อมต่อไปให้สตาร์ทอัพจากประเทศไทยได้มีโอกาสเข้าร่วมทำงานกับตลาดโลก
3. เพื่อเน้นย้ำให้ความสำคัญกับโครงการ Smart Visa ที่รัฐบาลได้เริ่มต้นมา 1 ปีกับผู้ที่ต้องการมาลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากตลาดสตาร์ทอัพของไทยยังต้องการผู้ลงทุนร่วมกัน และผู้ลงทุนชาวต่างชาติอีกมาก

The Global Hub คือการให้บริการแบบครบวงจร (1 stop service) ที่จะให้ความช่วยเหลือทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจในประเทศไทย และเป็นศูนย์กลางให้ข้อมูลแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ แสดงความคิดเห็น ที่จะทำให้ทุกคนเข้าใจ

ตลาดของไทยและตลาดอาเซียนให้มากขึ้น และยังมีโคเวิร์กิงสเปซรองรับสำหรับผู้ที่มาเมืองไทยเป็นครั้งแรก ให้ใช้ฟรี 90 วันแรก หรือมีค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสม รวมไปถึงการให้เช่าห้องประชุม บริการให้คำปรึกษาในด้านข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับระบบบนเวทของประเทศไทย การจับคู่หา VC หรือ Angle Fund ที่เหมาะสม โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ รวมทั้งให้คำปรึกษาในการจัดตั้งบริษัท การรับสมัครพนักงาน การทำวีซ่า ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับกรณี และเรื่องสุดท้ายคือการให้ความสนใจกับการแลกเปลี่ยน landing pad และ launching pad network ซึ่งเป็นการนำสตาร์ทอัพจากประเทศไทยขยายตัวไปยังตลาดโลก และการนำตลาดต่างชาติเข้ามาขยายตัวภายในประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นสื่อกลางที่ทุกคนสามารถเข้ามาเช็คกิจกรรมประจำปีการจัด



งานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ตลาดดิจิทัลที่สามารถเช็คได้ทางเว็บไซต์หรือเข้ามาติดต่อได้ด้วยตนเองที่สถานที่

The Global Hub จัดตั้งอยู่ 2 ที่ด้วยกัน คือ

1. กรุงเทพฯ เรียกว่า District C ตั้งอยู่ที่ตึก True Digital Park ซึ่งได้ทำงานใกล้ชิดร่วมกับ KIID (Klauiyngamthai Innovative Industries District) เป็นหน่วยงานเอกชนมุ่งเน้นที่การผลิตและอุตสาหกรรมเมือง จึงเป็นการดีที่มีการร่วมมือกันระหว่าง District C ที่เน้นเรื่องการคิดค้นหรือการทำซอฟต์แวร์หรือดิจิทัลเทคโนโลยี ซึ่งเป็นความลงตัวในการที่ภาครัฐและเอกชนผู้คิดค้นและผู้ผลิตได้ทำงานเพื่อพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน

2. เชียงใหม่ เรียกว่า Chiang Mai & Co เพื่อรองรับกลุ่ม digital nomad ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ทำงานไม่เจาะจงสถานที่และมีอยู่มากกว่า 10,000 คนในจังหวัด อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองใหญ่รองจากกรุงเทพฯ มีชาวต่างชาติเข้ามาลงหลักปักฐานทำงานในหมวดหมู่ดิจิทัลเทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก

“ผมเชื่อว่า 3 ปีที่ผ่านมาระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทยได้ประสบความสำเร็จจากเฟส 1 แล้ว ได้เกิดความตระหนักรู้และเกิดชุมชนสตาร์ทอัพภายในประเทศ ปีนี้เป็นปีที่เราจะมุ่งเข้าสู่ตลาดสากล การจัดตั้ง Global Hub จึงมีความสำคัญอย่างมาก”



National Innovation Agency determines to work in order to connect among countries and work with startups from all over the world. So it initiates the project called “The Global Hub” in order to serve 3 objectives.

To enhance access to foreigners or startups moving to reside in Thailand

To search and get to know new startups from all over the world, some we might know well already, while some other we have no knowledge at all.

To stress the important of Smart Visa project Thai Government has initiate in the past year for those who want to invest in Thailand.

The Global Hub is a one stop service center offering assistance to Thais and foreigners who want to

start a business in Thailand, and acting as a center for knowledge exchange where people can express their views and help people understand more about Thai and ASEAN markets. It is also equipped with co-working space to accommodate those who first arrive in Thailand to use it for free for the first 90 days, and later at low fee. This includes meeting room rental service, information service on Thai ecosystem, venture capital or angel fund matching as well as offering business setup consulting, staff recruitment, visa advice, which fee can be varied. The last thing is to focus on exchanging on landing pad and launching pad network, which means the attempt to project startups from Thailand to global market level, and bringing international startups to expand to



Thailand. Moreover, NIA hopes to be a medium where everyone can come check different annual events on startups and digital markets from our website, and in person at our premise.

The Global Hub is on two locations:

1. Bangkok location – at District C, it situates at True Digital Park. It works closely with KIID (Kluaynamthai Innovative Industry District), an private agency aiming to promote urban production and industry. So it is good cooperation between NIA and District C focusing on discovery or software making or digital tech, which is a public-private cooperation to jointly innovate or develop things together.

2. Chiang Mai – it is called Chiang Mai & Co. to accommodate digital nomads, a group of people who work from any location which has more than 10,000 persons. It is also the second biggest city, second to only Bangkok. There are many foreigners who come settle to work in digital tech categories.

**“I believe that for the past 3 years the startup ecosystems in Thailand already graduated from phase one. There’s awareness and also community building within the country. This year marked Internationalization. That’s why Global Hub is very important.”**

## TDPK STARTUP SERVICE

26 July 2019

16:00 – 16:30

L Stage, True Digital Park

Speaker

**ฐนสรณ์ ใจดี**

**กรรมการผู้จัดการใหญ่**

**บริษัท ทรู ดิจิทัล พาร์ค จำกัด**

Thanasorn Jaidee

Managing Director,

True Digital Park Company Limited



บทบาทสำคัญของ True Digital Park ที่จะสนับสนุน District C และระบบนิเวศสตาร์ทอัพของประเทศไทย เนื่องจาก True Digital Park มีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นผู้เริ่มต้นธุรกิจระบบนิเวศที่เปิดกว้างและครบวงจร เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของโลกแห่งนวัตกรรมดิจิทัล เราจึงเลือกจุดที่ตั้งใกล้สนามบินเพื่อรองรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ใกล้ขนส่งมวลชนเช่นรถไฟฟ้า ง่ายต่อการเดินทาง และมีสิ่งต่าง ๆ ที่เอื้อกับระบบนิเวศ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าปลีก พื้นที่ในการทำงาน และที่อยู่อาศัย ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 องค์ประกอบใหญ่ ๆ คือ รูปแบบทางกายภาพ และระบบนิเวศ

ในองค์ประกอบของกายภาพ จะแบ่งเป็นส่วนที่เป็นพื้นที่ทำงานและส่วนที่ให้ความรู้ ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. Co-working Space สำหรับบุคคลทั่วไปหรือผู้ต้องการก่อตั้งธุรกิจเริ่มต้น
2. Office Space สำหรับธุรกิจที่เติบโตขึ้น บริษัทต่าง ๆ ที่ต้องการพื้นที่ส่วนตัวในการทำงาน

3. Innovation Space พื้นที่เปิดกว้างสำหรับสมาชิกทุกคนที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและค้นคว้าเรียนรู้ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ

4. Events & Business Services Space พื้นที่รองรับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีรูปแบบและขนาดที่หลากหลาย เพื่อให้เข้ากับความต้องการของกิจกรรมนั้น ๆ

ในส่วนของระบบนิเวศ จำเป็นต้องมีระบบซอฟต์แวร์รองรับที่ดี ซึ่ง True Digital Park ได้รวมทุกอย่างเข้าด้วยกัน ทั้งการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น NIA หรือ BOI หรือจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่จะช่วยเรื่องการหาทุน การได้ร่วมงานเป็นหุ้นส่วนกับ Global Tech Enterprise ที่มีองค์ความรู้ มีวิสัยทัศน์ มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีสตาร์ทอัพและผู้ประกอบการ มีผู้ลงทุน VC มีโปรแกรม Incubators และโปรแกรม Accelerators ทุกอย่างครบวงจรในที่เดียว

**“เราต้องการเป็นระบบนิเวศสตาร์ทอัพที่เปิดกว้างและครบวงจร เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของโลกแห่งนวัตกรรมดิจิทัล”**



The key roles of True Digital Park are to support District C and Thailand’s startup ecosystem as True Digital Park has an objective to be a business ecosystem founder that is open and offers full scale service. It aims to drive Thailand to be a center of digital innovation world. We then choose our location close to airport to accommodate the incoming foreigners to Thailand, close to BTS sky train for easier commute, and other supporting elements for ecosystem, such as retail outlets, working space, and accommodation. There are two key elements – physical facility and ecosystem.

Physical elements consist of working space and knowledge area, which can further divide into four sides:

1. Co-working Space for general public or startups use
2. Office Space for setting up and growing business which want its own private work space.

3. Innovation Space is an open space for all members to access information, research, learn, and obtain supports from various agencies.

4. Events & Business Service Space is an area to accommodation events and activities which can be diverse in term of formats and areas to fit the requirements of such an activity.

**“We want to be an open and complete startup ecosystems to drive Thailand to be a global hub for digital innovation.”**



## SMART VISA APPLICATIONS

26 July 2019

16:00 – 16:30

L Stage, True Digital Park

Speaker

**อานันท์ ศรีแสนปาง**

**สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน**

Anand Srisaenpang

Board of Investments (BOI)



การสมัครสมาร์ทวีซ่า ซึ่งได้มีการจัดทำวีซ่ารูปแบบใหม่ขึ้น มาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2018 เพื่อดึงดูดกลุ่มกลุ่มชาวต่างชาติที่มีความสามารถพิเศษและกลุ่มเทคโนโลยี โดยเฉพาะกลุ่มพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระบวนการระงับข้อพิพาททางเลือก และกลุ่มการจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมและพลังงานหมุนเวียน

โดยประเภทของสมาร์ทวีซ่า มี 5 ประเภท ได้แก่

Smart T สำหรับผู้เชี่ยวชาญที่มีทักษะอย่างมาก (Highly-Skills Experts)

Smart E สำหรับผู้บริหารระดับสูง (Senior Executives)

Smart I สำหรับกลุ่มนักลงทุน (Investors)

Smart S สำหรับกลุ่มผู้ทำธุรกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการชาวต่างชาติ (Startup Entrepreneurs)

Smart O สำหรับคู่สมรสและบุตรหลาน ผู้ติดตามของบุคคลที่ถือสมาร์ทวีซ่า (Spouse and Children of Smart Visa holders)

ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการถือครองสมาร์ทวีซ่า ได้แก่

1. การได้รับวีซ่าอาศัยในประเทศไทยและทำงานโดย

ไม่ต้องมีใบอนุญาตทำงานสูงสุด 4 ปี ยกเว้นวีซ่าประเภท Smart S

2. คู่สมรสและบุตรธิดาได้รับอนุญาตให้อยู่อาศัยในประเทศไทยด้วยการถือครองวีซ่า Smart O

3. ไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตทำงานหรือเข้าออกนอกประเทศเพื่อต่อวีซ่า

4. รายงานตัวต่อแผนกตรวจคนเข้าเมืองทุก ๆ 1 ปี

5. รับบริการ fast track ที่สนามบินแห่งชาติ

ในส่วนของผู้ที่ถือครองสมาร์ทวีซ่าประเภท Smart T นอกจากจะได้รับผลประโยชน์ที่กล่าวมาแล้วด้านบน ยังมีเพิ่มเติมคือ คู่สมรสและบุตรธิดาสามารถทำงานในประเทศไทยโดยไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตทำงานเช่นกัน ส่วนผู้ถือครองวีซ่าประเภท Smart S ระยะเวลาที่จะได้อยู่ในประเทศไทยขึ้นอยู่กับคุณสมบัติความเหมาะสมของผู้สมัคร อาจจะเป็น 6 เดือน 1 ปี หรือ 2 ปี

คุณสมบัติของผู้ถือครองวีซ่าประเภทต่าง ๆ โดยคร่าว ๆ อาทิ

- Smart T ผู้สมัครต้องมีสัญญาการว่าจ้างอย่างน้อย 1 ปี จากบริษัทในประเทศไทย หรือจากต่างประเทศที่ได้มอบหมา



ยให้มาทำงานในประเทศไทย และมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 100,000 ต่อเดือน และผู้สมัครต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง

- Smart E ผู้สมัครต้องมีสัญญาการว่าจ้างอย่างน้อย 1 ปี จากบริษัทในประเทศไทย หรือจากต่างชาติที่ได้มอบหมายให้มาทำงานในประเทศไทย และมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 200,000 ต่อเดือน มีประสบการณ์ในสาขาที่ทำอยู่ไม่ต่ำกว่า 10 ปี และมีวุฒิปริญญาตรี

- Smart I ต้องมีเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 20 ล้านบาท ภายใต้ชื่อตนเองหรือผ่าน Venture Capital Fund หรือได้มีการลงทุนกับสตาร์ทอัพในไทยไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท และยังสามารถคงมูลค่าการลงทุนเดิมไว้ได้ตลอดเวลา

- Smart S ระยะเวลาในการได้รับวีซ่า 2 ปี 1 ปี หรือ 6 เดือน ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในข้อกำหนด

โดยสามารถสมัครออนไลน์ได้ที่ <https://smart-visa.boi.go.th> และส่งใบสมัครไปที่ OSS หรือสถานทูตไทย ในส่วนของการพิจารณาใบสมัครวีซ่านั้นจะใช้เวลาประมาณ 30 วันทำการ ตั้งแต่วันที่ได้รับใบสมัคร เมื่อผู้สมัครได้จดหมายรับรองการสมัครสมาร์ทวิซ่าจาก BOI แล้วสามารถส่งไปที่

OSS หรือสถานทูตไทย โดยจดหมายรับรองนี้จะมีอายุ 60 วัน

**“ การสมัครสมาร์ทวิซ่า ซึ่งได้มีการจัดทำวีซ่ารูปแบบใหม่นี้ขึ้นมาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2018 เพื่อดึงดูดกลุ่มกลุ่มชาวต่างชาติที่มีความสามารถพิเศษและกลุ่มเทคโนโลยี ”**



This new smart visa application has been started since February 2018 in order to attract more foreign talents in technology, particularly in human resource development, sciences and technology, alternative arbitration, and environmental management and sustainable energy.

There are 5 categories within Smart Visa;

Smart T for Highly Skilled Experts

Smart E for Senior Executives.

Smart I for Investors.

Smart S for foreign startup entrepreneurs.

Smart O for spouses and children of smart visa holders.

Benefits of smart visa include

1. Visa holder can start and work in Thailand without additional work permit for up to 4 years, except Smart S visa.

2. Spouses and children are permitted to stay in Thailand with Smart O visa.

3. There is no requirement on work permit renewal or re-entering country to renew visa.

4. One annual report to immigration authority

5. Eligible for fast track use at national airports.

These are requirements of visa

- Smart T – Applicant needs to have at least 1 year employment contract from a company in Thailand or a foreign company assigning to work in Thailand with a minimum monthly income at least 100,000 baht.

- Smart E – Applicant needs to have at least 1 year employment contract from a company in Thailand or a foreign company assigning to work in Thailand with a minimum monthly income at least 200,000 baht, with a



minimum experience in the field at least 10 years along with a bachelor degree.

- Smart I – Applicant must have a capital investment at least 20 million baht under one’s name, or via venture capital fund, or has invested at least 5 million baht in Thai startup, and has maintained the amount at all time.

- Smart S – Applicant can apply to obtain visa 2 years, 1 years, or 6 months, up to conditions.

Applicant can submit an online application at <https://smart-visa.boi.go.th> and send an application to OSS or Royal Thai Embassy. The application will be considered within 30 days of the application. The applicant will obtain the certifying letter for smart visa application from BOI, which is to be submitted to OSS or Royal Thai Embassy further. The letter will be valid for 60 days.

**“ This new smart visa application has been started since February 2018 in order to attract more foreign talents in technology.”**

## COMPANY REGISTRATION

26 July 2019

16:00 – 16:30

L Stage, True Digital Park

Speaker

**วาทัญญู คุณापพรสุจริต**  
**กรมพัฒนาธุรกิจการค้า**

Watunyu Kunapornsujarit

Department of Business Development  
(DBD)



กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจะช่วยในการส่งเสริมธุรกิจของผู้ต้องการก่อตั้งธุรกิจในประเทศไทยซึ่งมีการให้บริการหลัก ๆ 2 ประเภท คือ

1. ช่วยดูแลการจดทะเบียนการค้า งานเอกสารต่าง ๆ ที่ต้องกรอกในใบลงทะเบียน

2. การมีส่วนช่วยในการพัฒนาธุรกิจซึ่งมีโปรแกรมหลาย ๆ โปรแกรมที่จะช่วยทำความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดในประเทศ

ในการจัดตั้งบริษัทต้องมีผู้ถือหุ้นอย่างน้อย 3 คน สำหรับชาวต่างชาติที่ถือหุ้นมากกว่า 50% ของบริษัท ตามกฎหมายจะถือว่าธุรกิจนั้น ๆ เป็นของชาวต่างชาติทันที การจดทะเบียนการค้าปัจจุบันสามารถทำผ่านระบบออนไลน์ซึ่งจะมีส่วนลดค่าลงทะเบียน 30% รวมไปถึงการจ่ายค่าลงทะเบียนผ่านระบบทางโทรศัพท์ เมื่อได้รับใบเสร็จอิเล็กทรอนิกส์ ในนั้นจะมีหมายเลขทะเบียนการค้าที่สามารถนำไปส่งต่อให้กับหุ้นส่วนบริษัทหรือลูกค้าเพื่อยืนยันตัวตนได้

ในส่วนของ DBD Business Support Service นั้นสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน DBD ที่มีข้อมูลการลง

ทะเบียนธุรกิจ และสามารถตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ ผ่านมือถือ รวมไปถึง DBD Data Warehouse แหล่งค้นหาข้อมูลนิติบุคคลและประเภทธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งสามารถช่วยในการจับคู่ทางธุรกิจของพื้นที่ที่ตั้งธุรกิจใกล้เคียง

“พวกเราพร้อมที่จะช่วยเหลือคุณให้ได้ ก่อตั้งธุรกิจในเมืองไทย กระทรวงพาณิชย์มีบริการมากมายที่สามารถช่วยเหลือในการจับคู่ทางธุรกิจ ช่วยให้คุณรู้จักตลาดภายในประเทศที่เหมาะสม ซึ่งมันดีกว่าการต้องหาข้อมูลด้วยตัวคุณเองเป็นอย่างมาก”



Department of Business Development helps promote those who want to set up a business in Thailand. There are two main types of services

1. Supervise commercial registration and documentations for registrations.
2. Promote business development through various programs to understand domestic market.

To set up a company in Thailand, the law requires at least 3 initial shareholders. The company that is more 50% owned by foreign entity will be considered owned by foreign entity. Now commercial registration can be done via online system with 30% discount on fee including paying fee online and obtain receipt via electronic system. On the receipt, there will be commercial registration number which can be passed to business partner or customer to verify themselves immediately.

For DBD Business Support Service, it is now possible to download DBD application with registered business information, and to view and check information via mobile phone and DBD Data Warehouse to find out business entity information and type in Thailand. It can also help match businesses in nearby areas.

**“We are happy to help you to register your business in Thailand. Ministry of Commerce have a lot of service to provide you with business matching to get you to know local market much better than you do it alone.”**

## (FIRESIDE CHAT) SERVICE FOR STARTUPS

26 July 2019

17:45 – 18:15

L Stage, True Digital Park

### Speakers

- ลลิต ศรีธรราร (Startup Thailand)
  - กีม เพชรภักดิ์ (Peakengine)
  - พลภัทร หนองธำจิตต์ (Getlink)
  - เอดเรียน ทัน (Wework)
  - รังสรรค์ พรอมประสิทธิ์ (QueQ)
- 
- Lalit Sritara (Startup Thailand)
  - Peem Petchged (PEAK)
  - Adrian Tan (Wework)
  - Rungsun Prompasith (QueQ)



คุณลลิตได้กล่าวถึงเหตุผลที่ควรจะมาเริ่มธุรกิจในประเทศไทย เพราะประเทศไทยนอกจากจะมีทัศนียภาพที่สวยงาม ค่าครองชีพถูก เป็นผู้นำในการใช้สื่อออนไลน์ระดับโลก ประเทศไทยกำลังเป็นศูนย์กลางสตาร์ทอัพจากทั่วโลก (Global Hub) ซึ่งได้มีการจัดตั้งบริการแบบครบวงจร 2 แห่ง คือที่กรุงเทพฯ เรียกว่า District C ซึ่ง C หมายถึง Cyber Tech และที่จังหวัดเชียงใหม่เรียกว่า Chiangmai&Co ซึ่งทั้ง 2 แห่งนี้นอกจากจะให้บริการคำปรึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับระบบนิเวศแล้ว ยังมีบริการให้คำปรึกษาเรื่องของภาษี วิชาการจัดตั้งบริษัท การหาทุน และอื่นๆ ทั้งยังมีบริการให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัวหรือแบบวิดีโอคอลล์ในกรณีที่คุณไม่ได้อยู่ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีโปรแกรมที่คอยช่วยเหลือหาผู้ค้าทางธุรกิจที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน มีพื้นที่ทำงานให้ใช้งาน มีบริการรับสมัครจัดหาพนักงานให้ในกรณีที่ต้องการสมาชิกเพิ่มในองค์กร

คุณเอดเรียน จาก Wework ได้พูดถึงการเชื่อมโยงติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้คน การพูดคุยกัน ตามความคิดเห็นต่อกันอย่างตรงไปตรงมาไม่ใช่การสอบถามจากผู้ให้คำปรึกษา Wework จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสร้างชุมชนที่คุณสามารถไว้วางใจได้ Wework มีสมาชิกทั่วโลกมากกว่า 4 แสนคน เมื่อสมาชิกเดินทางท่องเที่ยวมาที่ประเทศไทยและเข้ามาเจอชุมชนที่เราสามารถพูดคุยได้ที่ Wework สาขาในประเทศไทย Wework หวังที่จะเป็นสื่อกลางที่คนไทยเองก็สามารถพบปะพูดคุยในชุมชนและมีผลงานสู่ตลาดโลกด้วย

คุณกีม จาก Peakengine ได้จัดทำโปรแกรมบัญชีซอฟต์แวร์ออนไลน์ให้กับสตาร์ทอัพที่จะลงทุนในประเทศไทย รวมไปถึงบริการเต็มรูปแบบในการจัดทำบัญชีและภาษีให้กับบริษัทต่างๆ การให้บริการ API เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ และยังมีบริการที่จะช่วยเรื่องการเงินอีกด้วย ซึ่งในปัจจุบัน Peakengine ได้ทำงานร่วมกับธนาคาร 5 แห่ง และ Fintech



Startup อีกหลายแห่ง การเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย นั้น สิ่งหนึ่งที่เป็นปัญหาหลักคือเรื่องภาษี เพราะภาษีของประเทศไทยค่อนข้างซับซ้อน ฉะนั้น การที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านนี้จะทำให้ทุกอย่างง่ายขึ้น Peakengine พร้อมให้บริการให้คำปรึกษาเรื่องภาษีและระบบทำบัญชี นอกจากนี้ยังมีบริการให้คำปรึกษาด้านวิชาชีพอีกด้วย

คุณรังสรรค์ จาก QueQ เป็นแอปพลิเคชันเพื่อแก้ปัญหาในการรอคิวเป็นเวลานานโดยเริ่มจากธุรกิจร้านอาหาร และได้แพร่หลายไปใช้ที่ธนาคาร มีเป้าหมายที่จะนำไปใช้ในการรอคิวของระบบราชการ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น โดยการใช้ก็เพียงแค่อัปโหลดแอปพลิเคชันและจองคิว เมื่อคิวที่เราได้ใกล้ถึงก็จะมีระบบแจ้งเตือนในโทรศัพท์ โดยที่ในระหว่างนั้น เราสามารถใช้เวลาที่ต้องยืนรอไปทำธุระส่วนตัวอื่นๆ ได้ ตอนนี้ QueQ ได้มีการนำไปใช้ที่เมืองฟูกูโอกะ ประเทศญี่ปุ่น แล้ว

“ประเทศไทยเรียกหาคุณอยู่ สิ่งที่คุณต้องทำก็คือเห็นด้วยกับหัวใจและอนาคตของคุณ”

ลลิต ศรีธารา  
Startup Thailand





Lalit stated that the reasons to start business in Thailand is because it is very scenic and general living cost is rather low. Thailand is among one of the countries that use online media the most. Thailand is about to be a global hub. There are 2 new establishments: one in Bangkok is called District C, while C refers to Cyber Tech, and one in Chiang Mai is called Chiang Mai & Co. Both offer basic information on ecosystems, as well as tax, visa, company registration, fundraising, and others. They can consult online via video call in case of international enquiry from outside Thailand. Besides, there are supporting programs to help matching business and trade partners of the similar interests, co-working spaces, staff recruiting service in cases that enterprises want to have more staff members.

Adrian from WeWork talked about connecting and communications among people, direct and sincere conversation, not with consultants. WeWork highly focuses on the importance of creating a community you can trust. WeWork have over 400,000 members all over the world. When members travel to Thailand and encounter a community they can discuss at WeWork, Thailand branch. We Work hopes to be a medium for Thais to meet and discuss in a community and demonstrate their works to the world.

Peem from PeakEngine provides online accounting software for startups aiming to invest in Thailand, including a full accounting and tax filing service for various businesses. It also offers API to enhance business efficiency as well as finance assisting services.



Now PeakEngine has worked with 5 major banks, and many FinTech startups. One of many problems of doing business in Thailand is tax issue, because Thai tax code is very complex. Therefore, with assistances of expert, everything should be easier. PeakEngine is ready to offer tax consulting and accounting system, along with visa advice.

Rangsan from QueQ, it is an application to help solve a problem of long queuing start from restaurants, and now expands to banks. It aims to expand further to government service queuing such as immigration service. A customer who wants to use can just simply download the application and book a queue. When your queue is approaching, there will be an alert on the mobile phone. During the waiting period, you can

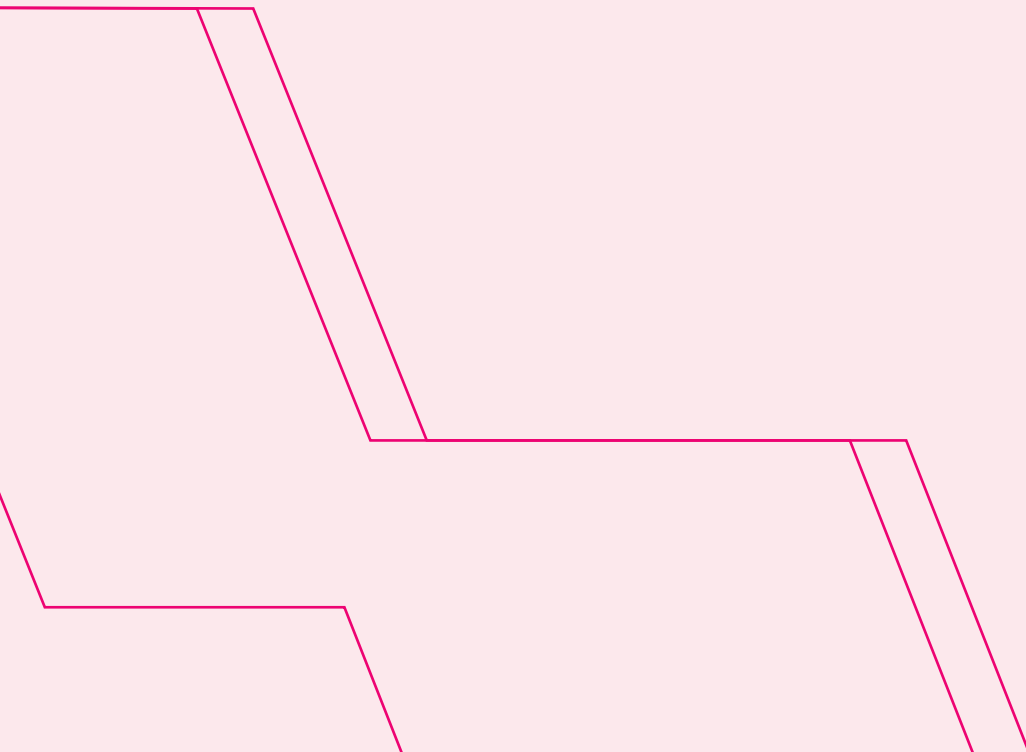
spend time to do something else. Now QueQ is currently used in Fukuoka, Japan.

**“Thailand is calling you. All you have to do is agree with your heart and your future.”**

Lalit Sritara,  
Startup Thailand

# 4

# SPECIAL ACTIVITIES



# International Workshops & Workshops



การจัดเวิร์กช็อปสำหรับนักศึกษาและผู้สนใจที่ลงทะเบียนไว้ในวันที่ 25, 26, 27 กรกฎาคม 2562 ที่ทูลุ ดิจิทัล พาร์ค โดยได้รับความร่วมมือจากสตาร์ทอัพที่มีความเชี่ยวชาญจากไทยและต่างประเทศมาถ่ายทอดความรู้และให้คำแนะนำในบรรยากาศที่เป็นกันเองและสนุกสนานแบบไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ

เวิร์กช็อปในครั้งนี้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยมีหัวข้อเวิร์กช็อปหลัก ๆ ได้แก่

- ระบบนิเวศสตาร์ทอัพของธุรกิจด้านอวกาศในเอเชีย โดยคุณอุกฤษ อุณหเลขกะ, คุณเจมส์ เย็นบำรุง, คุณอมฤต เจริญพันธ์, คุณทะคุมะ โมริ และ 15 ทีมจากทั่วโลก
- ค้นพบความเป็นผู้ประกอบการในตัวคุณ โดย เอียน เมสัน และมารวินฟ็อกซ์
- โครงสร้างสื่อสมัยใหม่ (Media Re-Architecture (CTC)) โดย คุณสีตลา ชาญวิเศษ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท ไลด์ มี จำกัด
- ระบบนิเวศนวัตกรรมเอเชีย
- กลยุทธ์ระดับภูมิภาคสำหรับตลาดโลก
- การระดมทุนและการเตรียมความพร้อมทางการเงินเพื่อขยายสู่ตลาดโลก
- การตรวจสอบทางธุรกิจเพื่อก้าวสู่ตลาดโลก
- โอกาสในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- การสร้างเครือข่ายระดับสากล โดย Arctic15
- การระดมทุนและประกอบธุรกิจแบบนอร์ดิก โดย Arctic15

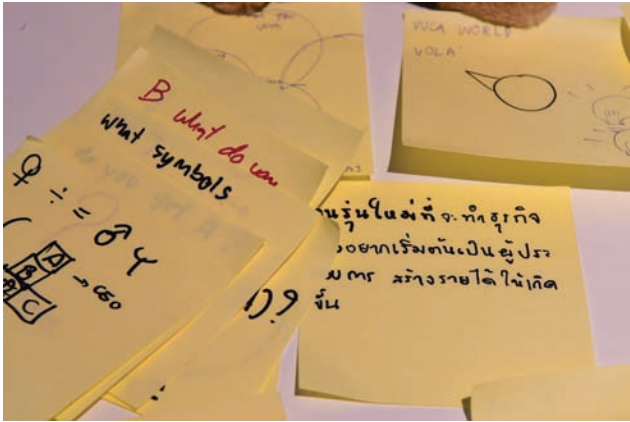




Workshop activities are for students and those who are interested and have registered. These are supported by Thai startups and international startups with expertise who want to transfer knowledge and offer guidance in a very friendly and fun atmosphere without charge.

Earning a great deal of interest, the workshop topics include:

- Startup Ecosystem for Space Business in Asia by Mr. Aukrit Unahalekhaka, Mr. James Yenbamroong, Mr. Amarit Charoenphan, Mr. Takuma Mori, and 15 international teams.
- Finding your Inner-Entrepreneur by Ian Mason & Marvinfox
- Media Re-Architecture (CTC) by Seetala Chanvised, Marketing Director at Like Me (Digital Agency)
- Asia Innovation Ecosystem
- Regional Strategies for Global Market
- Fund raising & financial preparation to expand to global market
- Business check point to go global: Let's scale it up
- Opportunities in South East Asia
- International Way of Networking by Arctic15
- Getting Funding & Business - The Nordic Way by Arctic15



## U-League Challenge



ผลการตัดสินผู้ที่ได้รับรางวัล มีดังต่อไปนี้  
รางวัลชนะเลิศ: ทีม Recute มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1: ทีม Palalamp มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2: ทีม MICRONEED  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

The results are as followed;

The Winner: Recute, Chiang Mai University

1<sup>st</sup> Runner Up: Palalamp, Chiang Mai University

2<sup>nd</sup> Runner Up: MICRONEED, Prince of Songkla University





# R-League Challenge



ผลการตัดสินผู้ที่ได้รับรางวัล มีดังต่อไปนี้  
 รางวัลชนะเลิศ: ทีมเครื่องให้อาหารปลาแบบอัตโนมัติโดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์ วิทยาลัยเทคโนโลยีปทุมธานี  
 รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 1: ทีมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สบรยเป็นจากมะม่วงหาวมะนาวห้ำแบบพกพา วิทยาลัยพณิชยการบางนา  
 รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2: ทีมผลิตภัณฑ์สบู่แผ่นจากไคโตซาน (Chitosan Paper Soap) วิทยาลัยเทคนิคสตูล



The results are as followed;  
 The Winner: Automatic Solar-Powered Fish Feeder, Pathumthani Technical College  
 1<sup>st</sup> Runner Up: Carissa Cleaning Stick, Bangna Commercial College  
 2<sup>nd</sup> Runner Up: Chitosan Paper Soap, Satun Technical College

# G-Con Challenge



ผลการตัดสินผู้ที่ได้รับรางวัล มีดังต่อไปนี้

รางวัลชนะเลิศ: Fling Drone Delivery บริษัท ฟลิง จำกัด  
 รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 1: Tour Dee มหาวิทยาลัยมหาสารคาม  
 รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2: นัด กับ Nurse มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง  
 รางวัลชมเชย: Supplier.Hub สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, Ebil Van มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

The results are as followed;

The winner: Fling Drone Delivery, Fling Co., Ltd.  
 1<sup>st</sup> runner up: Tour Dee, Mahasarakham University  
 2<sup>nd</sup> runner up: Nud kap Nurse, Mae Fah Luang University  
 Consolation prize: Supplier.Hub, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang / Ebil Van, Prince of Songkla University

# S-Boosters Pitching Challenge



การแข่งขัน S-Booster 2019 ในครั้งนี้ มีทีมที่ผ่านการคัดเลือก จำนวน 4 ทีม ได้แก่ ทีม Manastu Space จากประเทศอินเดีย, Adama Aerospace จากประเทศฟิลิปปินส์, Kanchanit Thumrongboonkate และ Bluewatch จากประเทศไทย โดยทั้งหมดนี้จะได้ร่วมเดินทางไปทัศนศึกษาและดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่นในช่วงเดือนกันยายน 2562 เพื่อเพิ่มทักษะในการขยายผลการสร้างไอเดียใหม่ๆ การสนับสนุนจับคู่ธุรกิจ และพบปะกับกลุ่มสตาร์ทอัพชั้นนำระดับโลก ตลอดจนส่งเสริมการต่อยอดนวัตกรรมจากประเทศให้เข้าสู่ Global Value Chain ในระดับนานาชาติ และจะมีการแข่งขันในรอบ Final ประมาณเดือนพฤศจิกายน 2562 เพื่อเฟ้นหาทีมสุดยอดไอเดียเพียง 1 ทีม ซึ่งจะได้มีโอกาสร่วมลงทุนกับบริษัทชั้นนำอย่าง ANA และ JAL ของญี่ปุ่นในโอกาสต่อไป

Four Winners of S-Booster 2019 include Manastu Space from India, Adama Aerospace from The Philippines, Kanchanit Thumrongboonkate, and Bluewatch from Thailand. All winners will have a field trip in Japan in September 2019 to enhance their skills and generate new ideas. Also they will have an opportunity to join business matching and meet the world-leading startups, which will promote the national innovation to the global value chain. The final round of competition will take place in November 2019 and there will be only one winner who will afterward make a joint investment with such Japanese world-leading companies as ANA and JAL.

# Grand Pitching Challenge



ผลการตัดสินผู้ที่ได้รับรางวัล มีดังต่อไปนี้  
 รางวัลชนะเลิศ: บริษัท เอ็ดเทค (ไทยแลนด์) จำกัด  
 รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 1: Homeprise  
 รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2: Star Herb Pharma

The results are  
 The winner: EDTECH (Thailand) Co., Ltd.  
 1<sup>st</sup> runner up: Homeprise  
 2<sup>nd</sup> runner up: Star Herb Pharma



# International Pitching



ผลการตัดสินผู้ที่ได้รับรางวัล มีดังต่อไปนี้  
รางวัลชนะเลิศ: SmartDrive Inc., Japan  
รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 1: Haulio, Singapore  
รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2: ISPECT, Taiwan

The results are  
The winner: SmartDrive Inc., Japan  
1<sup>st</sup> runner up: Haulio, Singapore  
2<sup>nd</sup> runner up: ISPECT, Taiwan

# Hackathon





ผลการตัดสินผู้ที่ได้รับรางวัล มีดังต่อไปนี้

**Spicydisc Hackathon:** Inspiring our city through music and creative platform (MAR Tech)

รางวัลชนะเลิศ: NYTU

รางวัลชมเชย: Touch me, Thai music Buddy, MARS MUSE

**EGAT Hackathon:** Smart Platform for sustainable surroundings society with EGAT (Travel Tech)

รางวัลชนะเลิศ: ICTES9

รางวัลชมเชย: Alto, Potent up, ชิปกับเดลินี่สองพี่น้อง

**GDG Hackathon:** Mobile commerce สร้างหรือต่อยอด mobile platform เชื่อมโยงกับระบบข้อมูล AI IoT (Business Service + DeepTech)

รางวัลชนะเลิศ: TaamKru

รางวัลชมเชย: U more, Social Cloud, Finsense.

Results are as followed;

**Spicydisc Hackathon:** Inspiring our city through music and creative platform (MAR Tech)

The winner: NYTU

Consolation Prize: Touch me, Thai music Buddy, MARS MUSE.

**EGAT Hackathon:** Smart Platform for sustainable surroundings society with EGAT (Travel Tech)

The winner: ICTS9

Consolation Prize: Alto, Potent up, Chip kap Dale ni song phi nong.

**GDG Hackathon:** Mobile commerce, create or top up mobile platform connecting with AI IoT information system (Business Service + DeepTech)

The Winner: TaamKru

Consolation prize: U more, Social Cloud, Finsense.

# Job For The Future



พื้นที่สำหรับคนรุ่นใหม่ที่กำลังมองหาช่องทาง การสมัครงานกับบริษัทสตาร์ทอัพชั้นนำที่ตนเองสนใจ เพราะในอนาคต เราอาจสามารถกำหนด “อาชีพ” ของเราได้ ขึ้นอยู่กับ “ทักษะ” ที่เรามี อาชีพที่เรา รู้จักหลากหลายอาชีพจะหายไป เพราะถูกแทนที่ด้วยนวัตกรรมและคุณค่าใหม่ ๆ พร้อมการบรรยายสุดพิเศษจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อ Characteristic of the Future of Work และ Necessary Skills for the Future

Session 1: Characteristic of the Future of Work ลักษณะของโลกแห่งการทำงานในอนาคตจะเป็นอย่างไร? เราจะเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตที่คนจำนวนไม่กี่คนเท่านั้น จะได้รับโอกาสได้อย่างไร?

Speaker: กวีวุฒิ เต็มภูวภัทร, Head of SCB 10X Project และเจ้าของ podcast แปดบรรทัดครึ่ง

Session 2: Necessary Skills for the Future ในยุคปัจจุบันที่ใคร ๆ ต่างก็พูดถึงทักษะแห่งอนาคต แล้วทักษะแห่งอนาคตคืออะไร? ทำไมทักษะเหล่านี้จึงจำเป็น ต่อการทำงานในอนาคต?

Speaker: วุฒิ พูลสมบัติ, Senior Consultant, Performance & Organization Solution Lead of Aon Hewitt

A new space is provided for the new generation looking for a job opportunity at leading startup as in the future our “occupations” can be chosen according to our “skills”, and many occupations we know today will be replaced by innovation and new values. Also there was a talk on Characteristic of the Future of Work and Necessary Skills for the Future by a team of experts.

Session 1: Characteristic of the Future of Work What will the future of work be like? How will we prepare for the future in which only a few people can enjoy the opportunity?

Speaker: Kawewut Temphuwapat, Head of SCB 10X Project and podcaster 8 1/2.

Session 2: Necessary Skills for the Future Skills for the future are popularly talked about, but what are they actually? Why are they necessary for the future?

Speaker: Wut Poolsombat, Senior Consultant, Performance & Organization Solution Lead of Aon Hewitt.



## Mentor Hours



กิจกรรมที่เปิดให้คำปรึกษาเรื่องการทำธุรกิจสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา ทั้งการตลาด กฎหมาย การบริหาร เป็นต้น

A consulting service for running startup business which is given by experts from many fields such as marketing, law, and administration.

## Matching Deal



กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้สตาร์ทอัพได้พบปะกับนักลงทุนในสาขาที่ตรงกัน เปิดโอกาสในการจับคู่ธุรกิจ

The activity which brings together startups and investors of the same fields, opening up an opportunity for business matching.

# Startup Thailand Ecosystem Tour



**STARTUP THAILAND 2019 STARTUP NATION**

## ECOSYSTEM TOUR

**SUPER EXCLUSIVE TOUR FOR STARTUP THAILAND 2019**  
 GUESTS WITH 3 ROUTE OPTIONS. THIS TOUR WILL VISIT A FEW STAKEHOLDERS IN ECOSYSTEM WHICH ARE SUPPORTERS, ACCELERATORS, AND NOTABLE STARTUPS. PARTICIPANTS WILL BRIEFLY GET THE WHOLE PICTURE OF THAI STARTUP ECOSYSTEM IN A HALF DAY.

**DATE: 23 JULY 2019 (12.30 - 16.30)**

**TIME LIFESTYLE TECH**

12.30 - 13.00	GATHERING AT A MEETING POINT: HOLIDAY INN EXPRESS SANG
13.30 - 14.15	WINDONAL STARTUP COMPANY VISIT: EXPERIENCE SHARING / OFFICE TOUR
15.00 - 15.45	DTAC ACCELERATE, ACCELERATOR VISIT: STARTUP SHOWCASE
16.15 - 17.00	APPKAN STARTUP COMPANY VISIT: EXPERIENCE SHARING / OFFICE TOUR
17.30	ARRIVE AT THE HOTEL

**STARTUP NATION**

**DATE: 24 JULY 2019 (8.30 - 12.30)**      **DATE: 24 JULY 2019 (12.30 - 16.30)**





กิจกรรมการพาเหล่าสมาชิกสตาร์ทอัพทั้งจากไทยและต่างประเทศไปรู้จักสตาร์ทอัพไทยที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ เรียกว่าเป็นการกระชับมิตร ประสานสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายให้กว้างขวางขึ้นสำหรับเหล่าสตาร์ทอัพ สถานที่ที่ไปเยี่ยมชมได้แก่ Wongnai, Clamdi, Giztik, Appman, Dtac Accerelate, True Incube, Siri Ventures.

The activity brings Thai and international startups to meet and get to know Thai startups that are successful in business. It is a friendship building, relation building, and networking for wider horizon for all startups. Places to visit include Wongnai, Clamdi, Giztik, Appman, Dtac Accerelate, True Incube, Siri Ventures.

# Gala Night





งานแสดงความยินดีกับผู้ได้รับรางวัล Prime Minister Award: National Startup 2019 และรางวัล S-Booster Pitching และงานเลี้ยงต้อนรับพาร์ทเนอร์ ผู้สนับสนุนงาน ผู้บรรยาย และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เกิดงาน Startup Thailand 2019

A congratulatory reception for the winners of Prime Minister Award: National Startup 2019 and S-Booster Pitching, and a welcoming reception for partners, supporters, speakers, and all contributors of Startup Thailand 2019

# Networking Night

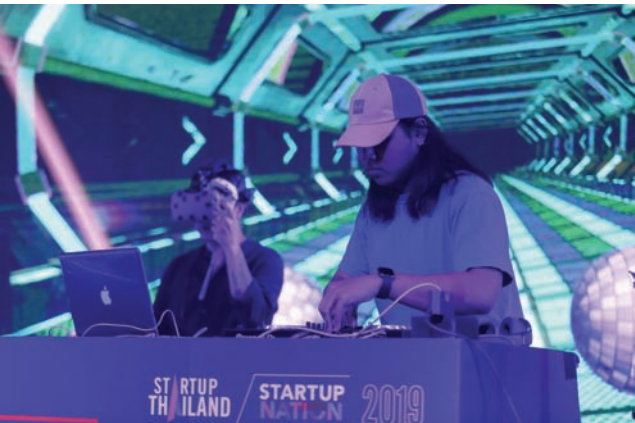




งานพบปะสังสรรค์ของเหล่าสตาร์ทอัพทั้งจากไทยและต่างประเทศ เพื่อประสานสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายระหว่างกันให้เหนียวแน่นและกว้างขวางยิ่งขึ้น โดยบรรยากาศภายในงานนั้นเต็มไปด้วยเสียงหัวเราะ สนุกสนาน และเป็นกันเองมาก สิ่งที่ทุกคนได้กลับไปในวันนั้นไม่เพียงแต่เครือข่ายธุรกิจที่กว้างขวางขึ้น แต่ยังรวมถึงมิตรภาพดีๆ ที่น่าประทับใจอีกด้วย

A meeting for Thai and international startups to build relationships and networking among them. The atmosphere that night was warm and friendly, filled with laughter and fun. It was friendly and casual. Hopefully all participants got wider networks, along with good and impressive friendships.

# Festival







การแสดงดนตรีจากหลากหลายศิลปินและดีเจในบรรยากาศของมิวสิคเฟสทิวัล ซึ่งเต็มไปด้วยสีสันและความสนุกสนาน อาทิ DJ Jurassic Pew, DJ Manow, my life as ali Thomas, TELEX TELEXs, Paradise Bangkok Molum International, Chanudom, Yellow Fang, DCNXTR

Musical performances from various artists and DJs in the atmosphere of the Music Festival. Which is full of creating color and fun. The playlist included DJ Jurassic Pew, DJ Manow, my life as ali Thomas, TELEX TELEXs, Paradise Bangkok Molum International, Chanudom, Yellow Fang, DCNXTR



STARTUP NATION

2019

23 - 27 JULY 2019

BANGKOK CYBER DISTRICT  
TRUE DIGITAL PARK PUNNAWITHI

Host by



Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation

Public Partners



Public Partners



## Unicorn Sponsors

---



## Pony Sponsors

---



## Hackathon Sponsors

---



## Event Partners

---



## Media Partners

---



## Public Partners

---





**STARTUP  
THAILAND**

