

# 'THE FOUNDER'

## ถึงยุคปั้นพนักงานเป็นสตาร์ทอัพ

กรุงเทพธุรกิจ ● คงไม่มีใครรู้จัก เข้าใจ ถึงความต้องการของลูกค้าและความท้าทาย ในอุตสาหกรรมได้ดีไปกว่า “พนักงาน” แสนสิริ จึงผนึก สิริ เวนเจอร์ส ก่อตั้ง โครงการ “THE FOUNDER” เพื่อปั้น พนักงานให้เป็นสตาร์ทอัพ และถือเป็น Internal Incubator ครั้งแรกของวงการ อสังหาริมทรัพย์ไทย

โครงการดังกล่าวจะทำการเฟ้นหา พนักงานแสนสิริที่มากประสบการณ์ และมี Entrepreneurial Mindset ก้าวเป็น สตาร์ทอัพเลือดใหม่แห่งวงการ PropTech & UrbanTech ทำหน้าที่ปลดล็อก ความท้าทายของธุรกิจอสังหาฯ ไทยได้ อย่างตรงจุด

“ที่ผ่านมาเราชินเนออยู่กับสตาร์ทอัพ เรามองหาเทคโนโลยีจากข้างนอกเพื่อมาสร้างศักยภาพให้กับแสนสิริ แต่ในวันนี้ คำถามมันกลับกัน เรามองว่าพนักงานของเราจะรู้ดีในทุกๆ ปัญหา รวมถึงความท้าทายต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพราะเขาเป็นคนที่อยู่กับลูกค้า และเขาก็อยู่กับระบบการทำงานของบริษัท มีความเข้าใจเป้าหมายของบริษัทอีกด้วย”

“จิรพัฒน์ จันทร์เจดศักดิ์” ประธานเจ้าหน้าที่เทคโนโลยี บริษัท สิริ เวนเจอร์ส จำกัด (SIRI VENTURES) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของโครงการนี้ว่ามีอยู่ 3 ข้อหลักๆ ข้อแรก ต้องการมีส่วนร่วมช่วยให้สตาร์ทอัพด้าน PropTech ในประเทศไทย มีจำนวนเยอะขึ้นเรื่อยๆ และมีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ

“มีผลวิจัยของ Unissu เป็นบริษัทวิจัยด้าน PropTech ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี 2018 สตาร์ท PropTech ทั่วโลกสามารถระดมทุนได้มากถึง 1.48 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐหรือประมาณ 4.5 แสนล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น



อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นมา ปัจจุบันมี PropTech startup ทั่วโลกกว่า 7,100 ราย ในเอเชียมีอยู่ราว 500-550 ราย แต่ในไทยมีเพียงแค่หลักสิบนั่นเอง จึงมีโอกาสเติบโตอีกมาก”

สอง เพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องของ “นวัตกรรม” และเรื่องของความเป็น “เจ้าแก” ให้กับพนักงานของแสนสิริ ซึ่งทั้งกลุ่มบริษัทมีอยู่ราว 3 พันคน และสาม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างความผูกพันของพนักงาน โดยบริษัทมองเห็นคุณค่าของพนักงาน จึงได้มอบโอกาสให้พวกเขาได้ความรู้ ความเข้าใจในปัญหาที่เรากำลังมาเป็นธุรกิจ สนับสนุนให้เขาก้าวสู่ผู้ประกอบการ

“เรามองว่า การคิดหาโซลูชั่นเพื่อแก้ปัญหาในหมวกของลูกค้าจึงจะได้รับความทุ่มเทในระดับหนึ่ง แต่ถ้าให้พนักงานเปลี่ยนหมวกมาเป็นเจ้าแก ความทุ่มเทในการหาโซลูชั่นเพื่อแก้ปัญหานั้นจะเพิ่มเป็นทวีคูณ ซึ่งจะส่งผลดีต่อทั้ง

ตัวเขาเองและต่อองค์กร สุดท้ายปัญหาจะถูกแก้ไขได้แน่ๆ”

THE FOUNDER เป็นการเรียนรู้ “Best Practice” จากองค์กรอื่นๆ ที่เคยทำแล้วนำมาปรับใช้สร้างเป็นเฟรมเวิร์คที่เหมาะสมกับบริบทของแสนสิริ สำหรับโรดแมพของโครงการจะมีอยู่ด้วยกัน 3 สเต็ปได้แก่ Rise-Bounce-Shoot

แต่ก่อนอื่นต้องทำการ “ลอนซ์” ตัวโครงการซึ่งมีระยะเวลาประมาณ 2 เดือน เพื่อให้พนักงานเข้าใจเกิดความสนใจมาสมัครเข้าร่วม จิรพัฒน์บอกว่าเขาให้ความสำคัญกับสเต็ปนี้ค่อนข้างเยอะ เนื่องจากแสนสิริเป็นองค์กรที่มีอายุร่วม 30 ปีแล้ว และก็มีพนักงานที่หลากหลายมีทั้งพนักงานที่ทำงานด้วยกันมายาวนานถึง 20-30 ปี มีทั้งพนักงานใหม่ ฯลฯ จึงต้องคิดหาวิธีว่า จะต้องสื่อสารอย่างไรให้พนักงานเข้าใจว่าโครงการนี้คืออะไร สุดท้ายพวกเขาจะได้อะไร และองค์กรจะได้อะไร แต่ก็เหนือความคาดหมายเพราะมีพนักงานสมัคร

เข้าร่วมถึง 30 ทีม

“อาจเป็นเพราะเราทำการโฆษณาชวนเชื่อดี” จิรพัฒน์พูดแบบขำๆ แต่ในความเป็นจริงนั้นเขาย้ำว่าหัวใจความสำเร็จมาจากเรื่องของการสื่อสารที่ต้องทำซ้ำแล้วซ้ำอีก ต้องสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานได้รับรู้ เข้าใจและมีความสนใจ

แต่ที่สำคัญไปกว่านั้นก็คือ ก่อนที่จะเกิดเป็นโครงการได้ เขาจะต้องสื่อสารเพื่อให้เกิดการยอมรับจาก “เบอร์หนึ่ง” ขององค์กรเสียก่อน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งแม้ว่าผลลัพธ์ของโครงการดูเหมือนจะเกิดผลดีในทุกๆ ด้าน ทว่าก็มีความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ไม่แพ้กัน เพราะในวันที่พนักงานก้าวเป็นสตาร์ทอัพก็ย่อมหมายถึงการที่บริษัทต้องปล่อยพนักงานระดับครีမ် พนักงานที่เป็น Talent ซึ่งนับวันจะหาได้ยากยิ่งให้เขาก้าวไปเติบโตบนเส้นทางของตัวเอง

ในเวลานี้โครงการกำลังอยู่ในสเต็ป Rise ที่ได้ทำการคัดเลือกทีมเข้ามาอยู่ขั้นตอนนี้นับจำนวน 12 ทีม ที่สามารถพิชิตซึ่งให้เห็นชัดว่าโซลูชันที่คิดค้นขึ้นมาพิชิตกับปัญหา

จริงๆ เขามีโอกาสจะเป็นสตาร์ทอัพได้จริงๆ

ถามถึง **โคที่เรีย** ในการพิจารณา **จิรพัฒน์** บอกว่าหลักๆ มีอยู่ 2 ข้อใหญ่ๆ **หนึ่ง มุ่งเน้นว่าต้องเป็นการแก้ไขเพนพ้อยท์ หรือปัญหาที่อยู่ในธุรกิจหลัก ธุรกิจรอง และธุรกิจรอบๆ ของแอสเนลริ** จะไม่รับไอเดียที่ไม่เกี่ยวข้องกับบอสสังหาริมทรัพย์ เช่น เอดดูเคชั่นแทค หรือฟู้ดเทค เป็นต้น

โดยสรุปจะต้องเป็นโซลูชันที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของอสังหาริมทรัพย์ไทย ครอบคลุมทั้งในด้านผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้อยู่อาศัยยุคใหม่ ยกตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีสร้างความแม่นยำ และลดขั้นตอน ข้อผิดพลาด

จากการประเมินราคาในการซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ ตลอดจนโซลูชันที่ช่วยเพิ่มขนาดตลาดใหม่สำหรับการลงทุนในตลาดอสังหาริมทรัพย์ ไปถึงการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยภายในคอนโดด้วยโมเดลธุรกิจการเช่าเฟอร์นิเจอร์ เพื่อเติมเต็มไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของผู้อยู่อาศัยยุคใหม่อย่างไร้รอยต่อ

**อีกเรื่องหนึ่งที่สำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสตาร์ทอัพก็คือ ธุรกิจต้องสเกลได้ ต้องมีขนาดตลาดที่ใหญ่พอ** สเต็ป Rise มีความหมายว่า “ลุกขึ้น” ทีมที่ได้เข้ารอบจะได้รับการเทรนนิ่งโดยมีวิทยากรจากภายในและภายนอกองค์กรให้ความรู้ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานไปถึงวิชาขั้นสูงที่พัฒนาไปสู่สตาร์ทอัพตัวจริงได้ จากนั้นก็ไปสู่สเต็ป Bounce หรือการเริ่ม “กระโดด” ซึ่งจะมีระยะเวลาทั้งหมด 12 เดือน

“ในสเต็ปนี้พวกเขาจะมีความเป็นเจ้าแก่ 80% เขาจะไม่ได้ทำงานที่เคยทำให้บริษัท แต่จะทำงานเป็นสตาร์ทอัพ 100% เขาอาจมานั่งทำงานที่บริษัทก็ได้ หรือที่ร้านกาแฟ ที่ไหนก็ได้แล้ว แต่ในสเต็ปนี้เขาต้องพัฒนา MVP ให้เราดู ถ้ามี Traction มียอดขายได้จริงๆ ก็ยิ่งดี แต่เรายังมีเทรนนิ่งมีเมนทอร์

ให้คำปรึกษาเขาโดยตลอด และจะให้เงินสนับสนุนเพื่อให้เขาเอาไปใช้พัฒนาโปรดักส์ ไปทำการตลาด ทีมละ 3 ล้านบาท สุดท้ายเขาต้องกลับมาพิชิตอีกครั้งถึงความพร้อมสู่ขั้นตอน Shoot ที่หมายถึงการลาออกจากพนักงานเพื่อเป็นสตาร์ทอัพเต็มตัว”

จิรพัฒน์บอกว่า **แนวทางนี้ช่วยลดความเสี่ยงให้กับพนักงานตั้งแต่วันแรก ไปจนถึงวันที่เขากลายเป็นสตาร์ทอัพ และแนวทางนี้จะช่วยสร้าง PropTech สัญชาติไทยให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งในปีนี้น่าจะเกิดได้ 1-2-3-4 หรืออาจทั้งหมด 12 บริษัทเลยก็ได้**

“โคที่เรีย มี 2 ข้อใหญ่ๆ ต้องเป็นโซลูชันที่แก้เพนพ้อยท์ในอสังหาฯ และต้องสเกลได้ มีขนาดตลาดที่ใหญ่พอ”