

ปีที่ 29 ฉบับ 10148 วันอังคารที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 หน้า 26

# CVC เทรนด์นี้มีแต่ได้

## ● วันเพ็ญ แก้วสกุล

ในยุคที่ “คนเก่ง” หายากขึ้นทุกที ส่วนใหญ่ต้องการงานอิสระ และไม่ต้องการทำงานอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ขององค์กร

ที่สำคัญ “คนเก่งๆ” เหล่านี้ต่างก็กระหายที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ๆ พร้อมกับสร้างโมเดลธุรกิจออกมอย่างต่อเนื่อง

การผูกโมเดลความร่วมมือระหว่าง “ธุรกิจ” กับ “ธุรกิจ” จึงเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจขึ้นมาท่ามกลางกระแสการเติบโตของธุรกิจ Tech startup ในไทย

ที่รับรู้กันในวงกว้างอยู่แล้วในมุมของ VC (Venture Capital) ที่เปิดเวทีเรียกหาไอเดีย ทั้งในและต่างประเทศ หาก “เข้าตา” ก็มีเม็ดเงินไหลเข้ากระเป๋า เสริมพลังดันธุรกิจให้ก้าวสู่ขั้นต่อไป

ขณะที่ CVC (Corporate Venture Capital) เม็ดเงินลงทุนจะมาจากบริษัทฯ เน้นลงทุนในสตาร์ทอัพที่มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจที่มีอยู่ หรือ มองต่อ ยอดอดถึงการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อรองรับลูกค้า

ส่วน VC เน้นที่ Return จากเม็ดเงินลงทุนที่ใส่เข้าไป

ในระยะหลังจะพบว่า CVC ในไทย มีการขยายตัวอย่างมากจากที่รูกหนักในช่วงที่ผ่านมาจากกลุ่มเทคโนโลยี อีคอม และ เอไอเอส ที่ทำโครงการร่วมลงทุน (Venture Capital) ในชื่อ อินเวนท์ (INVENT) และโครงการ AIS The StartUp

ค่ายดีแทค ก็มี Dtac accelerate ในแต่ละปีจะใส่เงินลงทุน 1.5 ให้กับทีมที่ผ่านการคัดเลือก อบรมเข้ม 4 เดือนด้วยหลักสูตรที่ใช้ใน Silicon Valley และเรียนรู้กับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพตัวจริง

ที่เปิดตัวแล้วในกลุ่มกสิกรไทย ก็คือ KBTG (KASIKORN Business-Technology Group) เพื่อผลักดัน FinTech ให้เกิดขึ้นภายใต้วิสัยทัศน์ บัณฑิตูรล่าช้า ประธานกรรมการ ธนาคารกสิกรไทย ที่มองถึงการคิดใหม่ และออกจากบรรยากาศ

เดิมๆ ของธุรกิจการเงินธนาคารไปสู่โลกการเงินในอนาคต

นอกจากนี้ยังมีไทยพาณิชย์ ที่เปิดบริษัทใหม่ทำเป็น Venture Capital และ Lab ด้าน FinTech (Financial Technology)

รวมถึง กรุงศรี กับโครงการเฉพาะธุรกิจสตาร์ทอัพด้าน FinTech ในชื่อว่า Krungsri RISE

ความตึกักไม่ได้มีเฉพาะในส่วนของเทคโนโลยี และแบงก์เท่านั้น ในฝั่งของค้าปลีก กลุ่มบริษัทซีไอแอล ก็ขอร่วมปักธงในสนามนี้ด้วยเช่นกัน

“เราเรียกตัวเองว่า Corporate Venture Capital เป้าหมายไม่ได้ทำกำไรจากการลงทุนแต่เราเน้นพันธมิตร

สิ่งที่ทำมีอยู่ 3 D ด้วยกัน

D ตัวแรก ธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นเป็นธุรกิจที่ดี เก่ง และเราก็เป็นลูกค้าก็สามารถดึงเข้ามาขายในช่องทางที่มีอยู่ได้

D ตัวที่สอง สตาร์ทอัพที่ไม่เกี่ยวกับ Core Strategy แต่โมเดลธุรกิจนั้นมีความน่าสนใจ อย่างนี้อาจเข้าไปถึงถือแต่เป็นสัดส่วนที่ไม่สูงมาก

D ตัวที่สาม สตาร์ทอัพที่มีโมเดล



ธุรกิจในระยะยาว" วรวัฑฒิ ผ่านใจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท ซีไอแอล จำกัด (มหาชน) กล่าว

ส่วนเหตุผลหลักที่ลงมทำเรื่องสตาร์ทอัพในจังหวัดนี้ เพราะมองว่า สตาร์ทอัพจำเป็นสำหรับทุกธุรกิจ

ที่สำคัญ สตาร์ทอัพก็คือ Innovation ที่หากธุรกิจไหนไม่มีตรงนี้ก็ไปต่อไม่ได้



“ไอเดียดีมีผลต่อความสำเร็จแค่ 15% การระดมทุนทำให้เกิดขึ้นได้ต้องมีทักษะบริหารจัดการ”

ธุรกิจที่ดี และมีความเชื่อมโยงกับ Core Strategy ของธุรกิจ โดยการเข้าไปถึงหุ้นจะอยู่ที่สัดส่วน 75%

“เป้าหมายมองถึงการดันบริษัทร่วมทุนนั้นเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อสร้าง capital gain ซึ่งจะสร้างการเติบโตมั่นคงให้กับธุรกิจ”

การทำงานที่จะเกิดขึ้นในลักษณะนี้ วรวัฑฒิ บอก เราไม่ได้เข้าไปครอบงำ แต่เป็นการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโต

ที่ผ่านมาได้มีการคุยกับสตาร์ทอัพไปแล้วกว่า 100 ราย และที่จับติดไปแล้วก็มี MEB : E-Book ร้าน e-book ครบวงจรที่มีหนังสือดี นิยายสนุก นิตยสารดัง ฟรีก็เทียบให้ดาวโหลด e-book ผ่านอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งก็สอดคล้องกับธุรกิจบีทูเอส ร้านขายหนังสือในเครือ โดย MEB มียอดขายเฉลี่ยที่ 30 ล้านบาทต่อปีและมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง



สิ่งที่องค์กรธุรกิจมองหาก็คือ นวัตกรรมใหม่ๆ ไม่แค่ธุรกิจใหม่ๆ ที่เป็น internet of thing โดยเฉพาะการเอาเทคโนโลยีมากทำในเรื่องของโลฟิสโตลด์คนในอนาคต ตัวอย่างเช่น สตาร์ทอัพที่ทำงานเกี่ยวกับเรื่องเกษตร การท่องเที่ยว ธุรกิจบริการต่างๆ แม้

จะไม่เชื่อมโยงโดยตรงกับธุรกิจค้าปลีกที่ทำอยู่แต่ก็เกี่ยวข้องกับจุดแข็งของเศรษฐกิจไทย หรือจะเป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาตั้งแต่จอร์แดนในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

สำหรับผมแล้ว Ecosystem ในตัวเปิดให้สตาร์ทอัพได้เจอกับ CVC มากขึ้น ปัจจุบันนี้ไม่มี invent เหมือนๆ กับผมที่มองหาสตาร์ทอัพเก่งๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ มาต่อยอดธุรกิจ

แต่ไม่ว่าจะภาพรวมจะเปิดกว้างและเติบโตแค่ไหน

สิ่งสำคัญ สตาร์ทอัพไทย ความมองในเรื่องของคุณภาพมากกว่าปริมาณเป็นหลัก

CVC เทรนด์นี้เริ่มต้นแล้วและกำลังจะมีให้เห็นมากขึ้นในไทย เพราะองค์กรใหญ่ต่างๆ ก็ต้องการ “ไอเดีย” และ “นวัตกรรม” จากคนรุ่นใหม่เข้ามาเป็นหนึ่ง ในจักรวรรดิสำคัญที่ขับเคลื่อนองค์กรให้แข่งขันได้ในโลกธุรกิจดิจิทัล

## Vision = ความรู้ + จินตนาการ

วรวัฑฒิ มองปัญหาของสตาร์ทอัพที่เกิดขึ้นแล้วในต่างประเทศ สตาร์ทอัพที่ต่างก็เร่งโตธุรกิจเพื่อดึงตุนนักลงทุนเข้ามา แต่สุดท้ายภาพที่สวยหรูก็ต้องสะดุดหรือพังลง

ส่วนหนึ่งของปัญหาเกิดจากทัศนคติ

“ไม่อยากให้ startup รุนแรงๆ ยึดแนวคิดเรื่องปั้นธุรกิจแล้ว exit สุดท้ายแล้วเศรษฐกิจรวมๆ อาจมีปัญหา”

ทัศนคติเป็นเรื่องของ “ฐานตลาด” ที่ไม่ใหญ่พอ แต่เกิดจากการสร้างภาพลวงตาให้เห็นว่าธุรกิจนี้ๆ โดดเด่นและมีอนาคตที่สดใส

จากนี้แล้วมองในมุมของ “ผู้ก่อตั้ง”

“ถ้ามีความมั่นใจสูง Eco แรง มองว่าแบ่งแล้วไม่มีอะไรต้องปรับปรุง อย่างนี้อาจไปต่อได้ค่อนข้างลำบาก”

“สร้างทีมไม่ได้” นี่ก็เป็นอีกปัญหาที่ผู้ลงทุนให้ความสำคัญ โดยเฉพาะมีคนเก่ง ไอเดียดี นำเสนอได้ แต่ต้องมี Management Skill ด้วย”

เพราะไอเดียดีมีผลต่อความสำเร็จแค่ 15% เท่านั้น การจะสร้างงานให้เกิดขึ้นได้ต้องมี Management Skill และที่สำคัญคือ Vision ที่ดีต้องมาจาก ความรู้บวกกับจินตนาการที่จะทำให้ธุรกิจนี้เดินไปต่ออย่างไร และถึงเป้าหมายได้อย่างไร

“นิยาม สตาร์ทอัพ สำหรับผมแล้ว ถ้ารู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร แล้วหาสินค้าและบริการไปตอบโจทย์ นั่นคือ เอชเอ็มอี แต่ถ้าธุรกิจนี้เท่าไรสิ่งที่ลูกค้ายังไม่รู้ว่าต้องการอะไร นี่ต่างหากเรียกว่าสตาร์ทอัพสำหรับผม”