

STAY BUSY STAY FOOLISH

สตาร์ทอัพฉบับหนึ่ง

หนังสือเล่มนี้บันทึกประสบการณ์ล้มลุกคลุกคลานของ “โสภณ ศุภมั่งมี” ผู้เขียน “The Nerd of Microsoft” และผู้ประกอบการที่ไม่เคยทำธุรกิจ กับเรื่องราวการทำสตาร์ทอัพเมสเซนเจอร์รับ-ส่งของทั่วเชียงใหม่ ก่อนจะพบว่าทุกสิ่งที่เคยคิดว่าง่าย ไม่มีคำว่าง่ายโผล่มาเลยสักขั้นตอนเดียว ยิ่งเหยียดตั้งแต่ขั้นตอนของการก่อตั้ง การคัดเลือกเพื่อนร่วมงาน การให้บริการที่วุ่นวายเพราะมีเมสเซนเจอร์น้อยไปจนถึงการตัดสินใจว่าจะพาสตาร์ทอัพเล็กๆ ของตัวเองไปต่อในเส้นทางสายธุรกิจ หรือหยุดแล้วเริ่มนับหนึ่งใหม่ในวันที่ตัวเองพร้อมกว่านี้

It's time to Start Up!

**“สตาร์ทอัพ คือ องค์กรที่มุ่งมั่นจะสร้างผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ใหม่ๆ
ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน”**

อีริก รีส (Eric Ries)
ผู้เขียนหนังสือ *The Lean Startup*

การสร้างธุรกิจตั้งแต่แรกเริ่มของ “โสภณ ศุภมั่งมี” อดีตหนุ่มเนิร์ดผู้เคยร่วมงานกับไมโครซอฟท์ ที่หลังจากกลับมาอยู่ไทยก็นั่งนอนจนเริ่มเฉื่อย ต้องลุกขึ้นมาปลุกความกระตือรือร้นของตัวเองจนผูกเป็นไอเดียทำธุรกิจสตาร์ทอัพ รับ-ส่งของทั่วเชียงใหม่

ไอเดียนีมีตัวเลขการเติบโตของธุรกิจการขนส่งสูงขึ้นไปทุกๆ ปี และบังเอิญว่าบริการเมสเซนเจอร์ไปตรงกับพวกธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ อย่าง Uber, Grab, foodpanda ฯลฯ ที่เขาสนใจอยู่แล้ว ซึ่งแน่นอนว่าพวกเขาเป็นบริษัทระดับนานาชาติ จะไปสู้กับเขาตรงๆ เลยคงเป็นไปได้ยาก แต่ตอนนั้นบริษัทเหล่านี้ยังไม่มีให้บริการที่เชียงใหม่ พอจะมีช่องว่าง ถ้าผมหาจุดแตกต่างและสร้างฐานลูกค้าที่เป็นกลุ่มเฉพาะออกไปก็อาจจะพอได้

แต่จะเป็นใครกันล่ะ? และคำถามต่อมาคือทำที่ไหน?

เพราะธุรกิจของที่บ้านอยู่ที่อำเภอฝาง ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณสามชั่วโมง (คือบินจากเชียงใหม่ไปฮ่องงง เร็วกว่าขับรถจากเชียงใหม่มาฝาง) ถ้าเริ่มที่ฝางก็ตลาดเล็กเกินไป ศักยภาพอาจจะไม่มากพอ จะไปกรุงเทพฯ ก็ไกลเกินไป ไม่สามารถกลับมาเยี่ยม爹กับแม่ได้บ่อย ส่วนตัวเมืองเชียงใหม่แม่ไม่ใหญ่เท่ากรุงเทพฯ แต่ก็ไม่เล็กเกินไป ลงตัวกว่า ถึงอย่างนั้นใครๆ ก็รู้ว่าเชียงใหม่เป็นเมืองปราบเซียน ถ้าไม่แน่ว่าจริงมีสิทธิทำธุรกิจไม่รอด แต่สำหรับผม เชียงใหม่ถือเป็นทางเลือกที่พอจะทำได้และน่าเป็นไปได้มากที่สุด

เมื่อไปค้นสถิติของธุรกิจสตาร์ทอัพดูก็ไม่ค่อยสู้ดีเท่าไร มากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจเกิดใหม่อยู่รอดไม่ถึงสามปี ด้วยปัญหาหลายๆ อย่างตั้งแต่การจัดทีม เรื่องเงินทุน การเจาะกลุ่มเป้าหมายไม่ได้ สินค้าใช้งานยาก ไปจนถึงการมาผิดที่ผิดเวลา อย่างกรณีของ Garmin ที่เคยผลิตสินค้าคล้าย Apple Watch ออกมาก่อนหลายปี ทว่าตอนนั้นผู้คนยังไม่ค่อยเข้าใจ ทำให้สินค้าที่มีศักยภาพสูงเต็มไปด้วยเทคโนโลยีทันสมัยกลับล้มเหลวไปอย่างน่าเสียดาย ด้วยเหตุนี้ต้องนำไอเดียที่มีในหัวมาทำให้เป็นรูปเป็นร่างก่อน ซึ่งใ้ว่าจะเป็นเรื่องง่าย เพราะการเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งต้องคำนึงถึงผลที่ตามมาด้วยเสมอ

Attention Please! : ก่อนจะเป็น “กระต่ายส่งของ”

จากการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจต่างๆ ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับ stages หรือช่วงระยะเวลาต่างๆ ของการทำสตาร์ทอัพ ตั้งแต่เริ่มแรกไปจนกระทั่งกลายเป็นยูนิคอร์น (มูลค่าบริษัทสูงเกิน 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 6 ขั้นดังนี้

- 1. Concept & Research :** แปลแบบเป็นกันเองได้ว่า ช่วงมโน เป็นช่วงที่ไอเดียจะบังเกิด ซึ่งสำหรับเขาก็คือก่อนหน้านี้ที่ไอเดียฟุ้งๆ ในหัว พยายามจับตรงนั้นมาใส่ตรงนี้ขำๆ รวมกัน
- 2. Commitment :** ช่วงนี้จะเอาแล้วนะ เป็นช่วงก่อตั้งบริษัท การจดทะเบียน กำหนดวันเปิด เริ่มมองหาพนักงาน
- 3. Traction :** ช่วงกระดีได้น้ำ เริ่มมีลูกค้ามาใช้งาน เริ่มมีรายได้เข้ามาให้เห็น กระโดดโลดเต้น ตบไหล่ตัวเองเบาๆ ว่ามีคนเอาเงินมาให้มีงแล้ว
- 4. Refinement :** ช่วงไม่มีอะไรเป็นเส้นตรง ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงเสมอ ถึงจุดหนึ่งจะมีการปรับปรุงให้ธุรกิจตรงเป้าหมายมากขึ้น ต้องมีการปรับแผนเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต
- 5. Scaling :** ช่วงพองตัว เป็นช่วงของการขยายตัวแบบก้าวกระโดด อาจจะช่วยกำลังของตัวเอง หรือผู้ร่วมลงทุนแบบ VC (venture capital การร่วมลงทุนในธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโต ส่วนใหญ่จะเป็นระยะเวลา 3-5 ปี) ซึ่งจะเป็นช่วงที่จะเริ่มแปลงร่าง จากม้าแคะ ปีกจะเริ่มงอก เขาจะเริ่มแหงทะลุหน้าผาก
- 6. Established :** ช่วงที่พร้อมจะกลายร่างเป็นยูนิคอร์น ปล่อยลำแสงสีรุ้งวิบวับเวลาอัปาก!

ขอหมายเหตุไว้สักนิดว่าขั้นที่ 4-6 นั้นจะวนลูปไปเรื่อย ๆ เพราะพอถึงจุดหนึ่งบริษัทก็ต้องปรับตัว ขยายตัวและเติบโต ไปอีกขั้นหนึ่ง

ช่วงแรกต้องคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทว่าอยากให้ออกมาเป็นแบบไหน โดยต้องสร้าง **vision (วิสัยทัศน์)** และ **mission (พันธกิจ)** ของบริษัทให้ชัดเจนก่อน ซึ่งคือแนวทางและคอนเซปต์ของการทำธุรกิจ เปรียบไปแล้วก็เหมือนเข็มทิศของกัปตันแจ็ก สแปร์โรว์ แห่งแบล็กเพิร์ล

สิ่งที่ต้องทำต่อมา คือ **งานมาร์เกตติ้ง** ซึ่งถือเป็นงานหินทีเดียว เพราะเขาไม่เชี่ยวชาญด้านนี้เลย มองไปหาคนรอบตัวก็ไม่มีใครจะปรึกษาใคร เลยหาหนังสืออ่าน ค้นจากอินเทอร์เน็ต แล้วก็ลองทำดู สำหรับธุรกิจที่บอว่าจะไม่สูงมากและอยากเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มันเป็นวิธีที่น่าจะมีประสิทธิภาพที่สุดแล้ว เมื่อเทียบกันบาทต่อบาท นั่นคือ **การทำตลาดทางโซเชียลมีเดีย** ในยุคสมัยที่เปลี่ยนไป วิธีที่คนรับรู้ถึงการมีตัวตนของแบรนด์ในเวลาปัจจุบันคือสื่อออนไลน์และรีวิวจากลูกค้า เป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นมาได้พักใหญ่ๆ และน่าจะอยู่ต่อไปอีกนาน

First Team : ไม่มีอะไรที่สมบูรณ์แบบ

วันพรุ่งนี้คือวันเริ่มต้นก้าวเล็กๆ ของบริษัทที่ไม่มีทางรู้เลยว่าอะไรจะเกิดขึ้นบ้าง ระหว่างนั้นก็ถึงเรื่องราวของเจฟฟ์ เบโซส์ ตอนเริ่มเปิดบริษัท Amazon เขามีเพียงโต๊ะไม้เก่าๆ หนึ่งตัว กองหนังสือวางเต็มโต๊ะ และป้ายชื่อบริษัทที่ใช้สีสเปรย์พ่นบนกระดาษสีขาวแผ่นยาวๆ ดิดข้างฝาว่า amazon.com

ระบบที่ซับซ้อนอย่าง Amazon ที่มีการทำงานร่วมกัน ระหว่างหุ่นยนต์และมนุษย์ในโกดังสินค้า สมอกลที่คอยเรียนรู้พฤติกรรมของผู้ใช้งาน เพื่อแนะนำสินค้าอยู่เบื้องหลังในตอนนี้นี้ก็ต้องเริ่มต้นจากอะไรง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน เจฟฟ์รับออร์เดอร์หนังสือทางเว็บไซต์ amazon.com แล้วเขากับเพื่อนๆ ที่เป็นวิศวกรทั้งหลายก็นั่งบนพื้นแพ็กหนังสือถึงดีหนึ่งที่สอง แล้วก็ส่งไปรษณีย์ไปให้ง่าๆ แค่นั้น

เมื่อคิดเช่นนั้นได้ ไม่ว่าจะบริษัทเขาหรือธุรกิจอะไรก็ตาม การเริ่มต้นให้ง่ายที่สุด ให้มันชัดเจน และลงมือทำ ทุกอย่างไม่มีทางสมบูรณ์แบบ ไม่มีอะไรที่เต็มร้อยมาตั้งแต่ต้น ไม่ว่านี่จะเป็นการพยายามสร้างเหตุผลเข้าข้างตัวเอง หรือยังงี้ก็ตามที แต่มันก็ทำให้หัวใจพอมีความหวังขึ้นมาบ้าง ความสำเร็จไม่มีทางเกิดขึ้นเพียงข้ามคืน สุดท้ายหนึ่งวันก่อนเปิดบริษัท ก็มีเมสเซนเจอร์อยู่แค่สี่คน ซึ่งหนึ่งในนั้นเป็นพาร์ทไทม์ รวมตัวเขาอีกคนเป็นห้า มีกันแค่นั้นจริงๆ และตอนนี้ก็ไม่สนแล้วว่าตัวเองจะเป็น CEO, GM, แอดมิน หรือเมสเซนเจอร์ เมื่อเวลามาถึงแล้วจริงๆ มันก็ต้องลุยแล้ว

เวลานี้สิ่งที่ผมทำได้ คือ ทำให้ดีที่สุดจากสิ่งที่มีอยู่ในมือ... ที่เหลือก็ปล่อยให้มือของพระเจ้า

