

okmd

FREE
COPY

กระตุกต่อมคิด
โอ เค เอ็ม ดี

นิตยสารเพื่อพัฒนาความคิด เพิ่มความรู้ สร้างสรรค์ภูมิปัญญา
ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 • มีนาคม - เมษายน 2558

UPLOAD=UPGRADE

อินเทอร์เน็ต...ใช่เป็น เห็นโอกาส



ISSN 2408-2139



0 977240 821392



0:22/5:58



โดย สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)

คิดให้ไกล ไปให้เร็ว... โดย สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)



Welcome to 2025: Aged Society

ยินดีต้อนรับสู่ปี 68:

"สังคมผู้สูงวัยโดยสมบูรณ์"

โอกาสจากการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์

วันอังคารที่ 12 พ.ค. 2558

ทอล์คพิเศษ เรื่อง "ส่องอนาคตธุรกิจ Ageing Society"
(A Future Glance at the Ageing Society)

เสวนาพิเศษ เรื่อง โอกาสใหม่ทางธุรกิจ...ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ
(Panel Discussion: "Success Stories: The Rise of the Elderlies")

Green Means Business

ธุรกิจสีเขียวครองโลก

โอกาสทางธุรกิจจากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

วันศุกร์ที่ 12 มิ.ย. 2558

ทอล์คพิเศษ เรื่อง "ส่องอนาคตธุรกิจสีเขียว"
(A Future Glance at Green-is-the-New-Black)

เสวนาพิเศษ เรื่อง อิทธิพลของกระแสการอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม ต่อการประกอบธุรกิจยุคใหม่
(Panel Discussion: "Success Stories: Green Means Business")

เวลา 13.30 – 17.00 น. | ห้องโลตัสสวิต 5-7 ชั้น 22
Centara Grand & Bangkok Convention Centre at CentralWorld

ข้อมูลเพิ่มเติมและลงทะเบียน **ฟรี!** www.okmd.or.th
หรือโทร. 02 105 6512, 02 105 6524, 02 105 6531
www.facebook.com/OKMDInspire



สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

okmd

EDITOR'S NOTE

บทบรรณาธิการ
อารยะ มาอินทร์
editor@okmd.or.th

เมื่อโลกก้าวสู่ยุคดิจิทัล วิถีชีวิตของคนเราก็ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป OKMD Magazine ฉบับที่ 2 จึงตั้งใจฉายภาพของเทรนด์การเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ในยุคดิจิทัล ที่มาพร้อมโอกาสและความท้าทายสำหรับคนทุกคน โดยในครั้งนี้มองลึกลงไปในด้านจ็อบคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ แล้วมาดูกันว่าเราเห็นโอกาสและแรงบันดาลใจอะไรภายในกระแสการเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ในยุคดิจิทัล เช่น คอลัมน์ FEATURE ที่ชี้ให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตช่วยเราในด้านใดบ้าง (Digital Aid) คอลัมน์ GLOBAL ที่มาเจาะเทรนด์โลกว่าเมื่อโทรศัพท์อยู่บนอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตอยู่ในโทรศัพท์ัน ธุรกิจต่างๆ มีการปรับตัวสู่กระแสในทิศทางใด ส่วนคอลัมน์ INSPIRATION จะชี้ช่องทางใหม่ที่กำลัง “มา” ในยุคดิจิทัล และตัวแทนคนรุ่นใหม่อย่าง “ปลื้ม” สรุบบทหลักภัย “จอห์น” วิทยุ วงศ์สุรวัฒน์ และ มาตามมด มาร่วมแบ่งปันแนวคิดเกี่ยวกับการบุกเบิกรายการโทรศัพท์บนอินเทอร์เน็ตจนประสบความสำเร็จ

ผมหวังว่าเมื่ออ่านนิตยสารฉบับนี้ ทุกคนจะมองเห็นช่องทางในการใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงสามารถตอบตัวเองได้ว่า เราพร้อมแล้วหรือยังกับโอกาสใหม่ๆ ในยุคดิจิทัล

INSIDE

OPPORTUNITY | KNOWLEDGE | MANAGEMENT | DEVELOPMENT

o k m d

4 13 19

FEATURE

DIGITAL AID
พลังอำนาจและ
โอกาสในยุคดิจิทัล
เราเห็นโอกาสอะไรบ้าง
จากอินเทอร์เน็ตที่เรา
ใช้กันอยู่ทุกวัน

KNOWLEDGE

ถอดรหัสสมอง
เพื่อหาคำตอบว่า...
ทำไมเราจึงเสพติด
อินเทอร์เน็ต
และสมาร์ทโฟน

CONNECT

เชื่อมต่อกับคนรุ่นใหม่
กับไอเดียยุคดิจิทัล
ระดมทุนออนไลน์
(Crowd Funding)
พลังขับเคลื่อน
เศรษฐกิจสร้างสรรค์
ยุคดิจิทัล

7 GLOBAL

เจาะเทรนด์โลก
เมื่อโทรศัพท์อยู่บน
อินเทอร์เน็ตและ
อินเทอร์เน็ตอยู่ใน
โทรศัพท์

15 FUN FACT

USSWบุษ
ของไมซ์ลฟ
ไม่เชื่อก็คงต้องเชื่อ...
ไมซ์ลฟอันแรก
ของโลกเกิดก่อน
สมาร์ทโฟน
ตั้งหลายสิบปี!!!



16

INTERVIEW

ปลื้ม สุรกุล หลักภัย /
จอห์น วิทยุ /
มาตามมด
โอกาส+ไอเดีย
สู่การเปิดประสบการณ์
ใหม่ของการรับชม
คอนเทนต์ออนไลน์

NE8T แหล่งบ่มเพาะ
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่
พลิกพลังสร้างสรรค์
สู่ความสำเร็จ
ยุคดิจิทัล

20

REVIEW

เว็บทีวีเพื่อ
การเรียนรู้
ที่คนรุ่นใหม่
ต้องดู

22

QUIZ

เบอร์โอส
บอกอนาคต

10

INSPIRATION

โอกาสมา อาชีพ...
อาชีพและไอเดียธุรกิจ
บนโอกาสจากยุคดิจิทัล

อาชีพที่กำลัง “มา”
ในยุคดิจิทัล



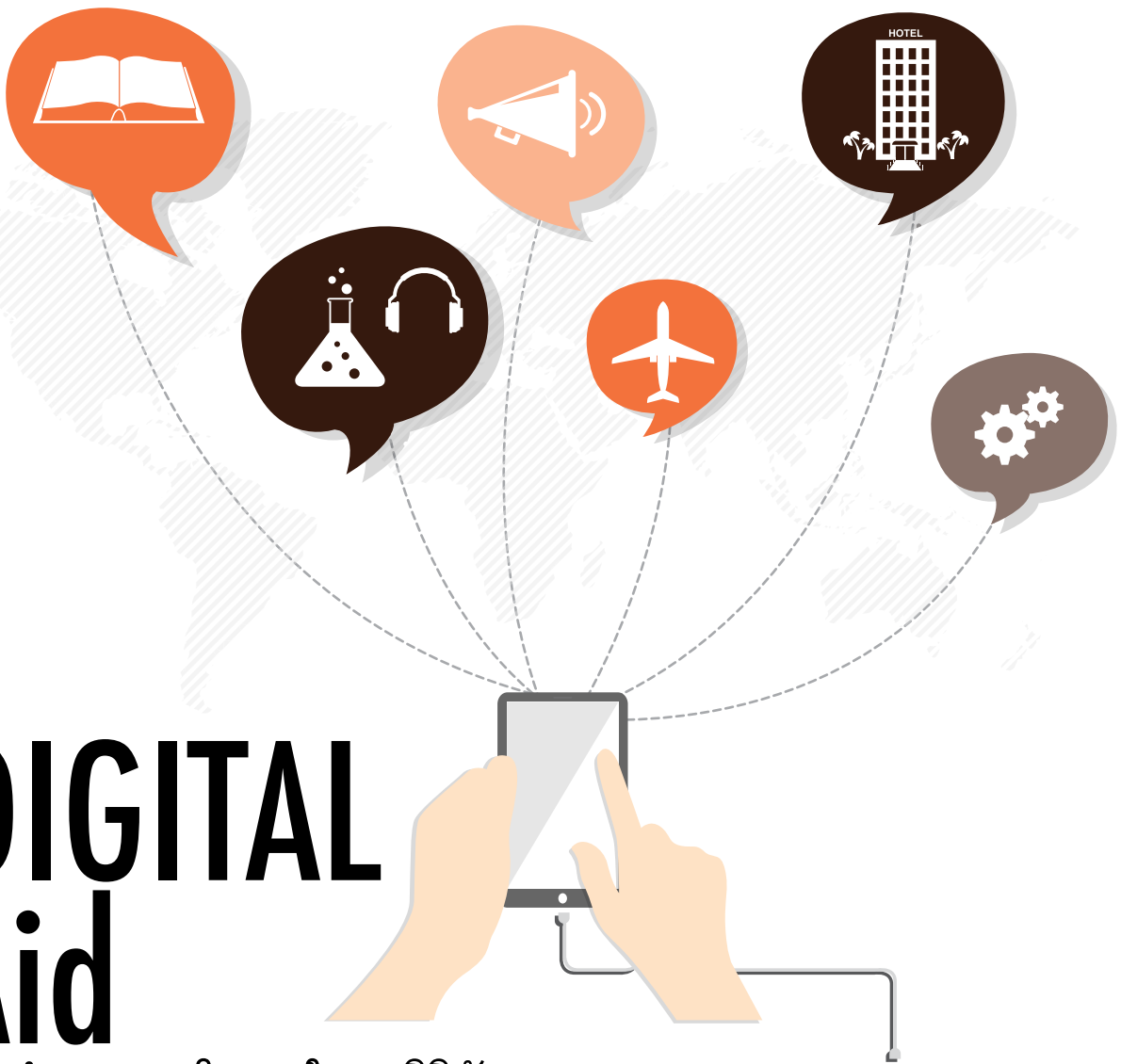
กองบรรณาธิการ
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)

บรรณาธิการบริหาร
นายอารยะ มาอินทร์
รองผู้อำนวยการ
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)

หัวหน้ากองบรรณาธิการ
นายอภิชาติ ประเสริฐ
ผู้อำนวยการสำนักโครงการและจัดการความรู้

ฝ่ายศิลปกรรมและภาพถ่าย
บริษัท เอฟวายไอ จำกัด 152 อาคารชาร์เตอร์ สแควร์ ห้องเลขที่ 1604
ชั้น 16 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์ 02 637 8877-8 โทรสาร 02 637 8080
อีเมล fyi@fyibangkok.com

จัดทำโดย
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
69 อาคารวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ชั้น 18-19
ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 02 105 6500 โทรสาร 02 105 6556 www.okmd.or.th



DIGITAL Aid

พลังอำนาจและโอกาสในยุคดิจิทัล

โลกดิจิทัล: แดนศิวิไลซ์ที่จับต้องไม่ได้ แต่มีอยู่จริง

โลกเรากำลังเข้าสู่ยุคดิจิทัลโดยไม่ทันตั้งตัว พร้อมกับการมาถึงของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาจกเมื่อ 20 ปีก่อน ในยุคนี้ผู้คนและข้อมูลเชื่อมต่อเข้าหากันผ่านอุปกรณ์ไร้สาย โลกกลายเป็นสถานที่ไร้พรมแดน สถานที่และสิ่งปลูกสร้างต่างๆ กลายเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น เมื่อผู้คนต่างอพยพเข้าไปเติบโต เรียนรู้ ทำมาหากิน และสร้างความสัมพันธ์กันในโลกเสมือนที่ไม่มีตัวตนแต่มีอยู่จริง

ในยุคนี้ทุกแห่งหนกลายเป็นแดนศิวิไลซ์ด้วยเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ข้อจำกัดใดๆ ที่เคยมีมา ทั้งในด้านเวลา สถานที่ และระยะทาง ล้วนถูกลบทิ้งไป เพียงมีอุปกรณ์สื่อสารไร้สายอยู่ในมือ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดบนโลก ทุกคนก็สามารถติดตามข่าวสาร ติดต่อสื่อสาร และติดต่อซื้อขายกับใครก็ได้บนโลกในชั่วพริบตา จนอาจกล่าวได้ว่าโอกาสมีอยู่ที่ทุกที่ทุกเวลาในยุคดิจิทัล

เปลี่ยน “อากาศ” เป็น “โอกาส”

ในยุคที่ใครๆ ก็เข้าถึงโลกดิจิทัลได้อย่างง่ายดาย ขนชาวดิจิทัลจึงมักใช้เวลาส่วน

ใหญ่ทำทุกสิ่งทุกอย่างผ่านทางอินเทอร์เน็ต เห็นได้จากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (MICT) ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2557 จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยจำนวน 16,596 ราย พบว่า ค่าเฉลี่ยของการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มจาก 32.3 ชั่วโมง/สัปดาห์ หรือ 4.6 ชั่วโมง/วัน ในปี พ.ศ. 2556 เป็น 50.4 ชั่วโมง/สัปดาห์ หรือ 7.2 ชั่วโมง/วัน ในปี พ.ศ. 2557

(ที่มา : https://www.etda.or.th/etda_website/files/system/Slide_for_internet_user_profile_2014-present.pdf)

(ดูเพิ่มเติมในหน้า 6)

จากพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการบริโภคของคนยุคนี้ มาดูกันว่าชนชาวดิจิทัลจะสามารถหยิบจับโอกาสอันไร้ขอบเขตนี้ มาพลิกโอกาสอะไรให้ตัวเองได้บ้าง



การศึกษา สมัยก่อนโอกาสที่คนในชนบท จะได้อ่านหนังสือดีมีคุณภาพเทียบเท่าคน เมืองดูแทบจะเป็นไปไม่ได้ แต่อินเทอร์เน็ต ทำให้ทุกคนทั่วโลกมีโอกาสได้อ่านหนังสือ เล่มเดียวกัน ในเวลาเดียวกัน อย่างเท่าเทียม กัน นอกจากนี้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสมัยยังทำให้ ทุกคนมีโอกาส “เรียนออนไลน์” จากที่บ้าน และได้รับวุฒิการศึกษาจากมหาวิทยาลัยทั้ง ในประเทศและในต่างประเทศ

(ดูเพิ่มเติมที่ <http://www.doi.ac.th> / <http://elearning.nectec.or.th> / <http://www.guidetoonlineschools.com/degrees>)

การแพทย์ ปัจจุบันโรงพยาบาลต่างๆ เปิด ให้บริการข้อมูลทางการแพทย์ รายชื่อแพทย์ รวมถึงทำนัดหมายออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ป่วย หลายเว็บไซต์มีบริการ ตอบคำถามเกี่ยวกับอาการเจ็บป่วยโดย แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ล่าสุดสหรัฐอเมริกาได้ นำระบบกำหนดตารางเวลาพบแพทย์ด้วย ตัวเองออนไลน์ หรือ INQUICKER มาใช้ ซึ่งเปิด โอกาสให้ผู้ป่วยสามารถเลือกโรงพยาบาลและ กำหนดเวลาพบแพทย์ได้เองบนคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน

(ดูเพิ่มเติมที่ <https://inquicker.com/>)

ธุรกิจการค้า 2-3 ปีมานี้ เทรนด์ที่กำลังมาแรง คือ การช้อปปิ้งออนไลน์ ซึ่งเป็นการซื้อขาย สินค้าออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์และสมาร์ต โฟน เราจึงเห็นการเติบโตแบบก้าวกระโดด ของ “ตลาดออนไลน์” ทั้งในรูปแบบเว็บไซต์ ที่รวบรวมสินค้าแบรนด์ต่างๆ มาขาย อาทิ Lazada, Zalora, Petloft, Konvy และเว็บไซต์ ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเป็นได้ทั้งผู้ซื้อ และผู้ขาย อาทิ Rakuten TARAD, OLX, Weloveshopping, Line Shop, Love Thai Home เป็นต้น

การเดินทาง การมาถึงของอินเทอร์เน็ต ทำให้ชนชาวดิจิทัลสามารถควบคุมและ วางแผนการเดินทางได้ง่ายๆ ด้วยปลายนิ้ว ปัจจุบันเราสามารถหาข้อมูลของเมืองที่เป็น จุดหมายปลายทาง พร้อมจองที่พัก จองร้านอาหาร ซื้อตั๋วเดินทาง หรือ เรียกรถแท็กซี่ ผ่านทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่างๆ ที่แข่งขันกันแย่งลูกค้าด้วยโปรโมชั่นยั่วใจ อาทิ ส่วนลดและของแถมต่างๆ ลอง เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ของผู้ให้บริการอย่าง TripAdvisor, Agoda, Expedia, Skyscanner, FINESEAT แล้วจะ รู้ว่ามันช่วยให้ชีวิตเราง่ายขึ้นเพียงใด

ความบันเทิง ด้วยหน้าจอที่มีหลากหลาย ผนวกกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล และอินเทอร์เน็ต ผู้ชมยุคดิจิทัลจึงสามารถ เลือกดูทีวีได้จากหลากหลายแพลตฟอร์ม ทั้งคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โดยไม่ต้องพึ่งพาเครื่องรับโทรทัศน์อีกต่อไป ในแง่การรับชม ผู้ชมยุคนี้สามารถรับชม รายการย้อนหลังได้จากอินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ Youtube หรือเว็บไซต์ให้บริการดูรายการย้อนหลัง ดังนั้นหากพลาด รายการโทรทัศน์รายการโปรดจึงไม่ใช่เรื่อง ใหญ่สำหรับผู้ชมยุคปัจจุบันอีกต่อไป

พอจะเห็นภาพไหมว่า อินเทอร์เน็ตทำอะไรให้เราได้บ้าง? ●



พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2557

ช่วงเวลา
นิยมใช้อินเทอร์เน็ต
บนสมาร์ตโฟน
ระหว่างเวลา
16.00 – 8.00 น.

นิยมใช้อินเทอร์เน็ต
บนคอมพิวเตอร์
ระหว่างเวลา
8.00 – 16.00 น.

ช่องทาง
ใช้อินเทอร์เน็ต
สมาร์ตโฟน
77%
เฉลี่ย 6.6 ชั่วโมง/วัน

คอมพิวเตอร์พีซี
69.4%
เฉลี่ย 6.2 ชั่วโมง/วัน

เน็ตบุ๊ก
49.5%
เฉลี่ย 5.3 ชั่วโมง/วัน

ยูทูบ (YouTube)
คนไทย 26.5 ล้านคน
ชมวิดีโอบนยูทูบกว่า
1,600
ล้านครั้ง/เดือน

50%
ของผู้ชมโทรทัศน์ดู
ยูทูบในเวลาเดียวกัน
โดยเฉพาะเวลา
18.00 – 22.00 น.

ผู้ชาย นิยมดูรายการ
กีฬาและตัวอย่างหนัง
ผู้หญิง นิยมดูรายการ
ความงาม แฟชั่น และ DIY

โซเชียลมีเดีย
คนไทยใช้โซเชียลมีเดีย
เฉลี่ย 90 นาที/วัน
โดยแบ่งเป็น

ใช้ผ่านสมาร์ตโฟน
64%
ใช้ผ่านคอมพิวเตอร์
36%

โซเชียลมีเดียยอดนิยม
LINE 33 ล้านคน
FACEBOOK 28 ล้านคน
YouTube 26.25 ล้านคน

อีคอมเมิร์ซ
คนไทยซื้อของออนไลน์
มากขึ้น เฉลี่ย
4,000
บาท/ครั้ง

ประเมินว่าในปี พ.ศ. 2557
ยอดขายอีคอมเมิร์ซใน
ประเทศไทย สูงถึง
32,000
ล้านบาท

คาดว่าตลาดอีคอมเมิร์ซ
ในประเทศจะเติบโตขึ้นอีก
6,000
ล้านบาท
ในปี พ.ศ. 2563-2568



แหล่งข้อมูล: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (MITC) | สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) | ภูเก็ต ประเทศไทย | ราวูเห็น ตลาดดอทคอม



เจาะทรนดโลก

07

เมื่อโทรทัศน์อยู่บนอินเทอร์เน็ตและ อินเทอร์เน็ตอยู่ในโทรทัศน์

ยุคนี้เป็นยุคที่สื่อต่างๆ ถูกเชื่อมโยงเข้าหากันและสามารถเข้าถึงได้เพียงเสี้ยววินาทีผ่านอินเทอร์เน็ต จากที่เราเคยชมรายการโทรทัศน์ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ ฟังเพลงผ่านวิทยุ อ่านข่าวผ่านทางหนังสือพิมพ์ และติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นทางโทรศัพท์และจดหมาย ปัจจุบันเราสามารถทำทุกอย่างได้ด้วยคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ตเพียงเครื่องเดียว ยุคนี้จึงเป็นยุคเปลี่ยนผ่านของการชมรายการโทรทัศน์จากฟรีทีวีเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม สู่เว็บทีวี หรืออินเทอร์เน็ตทีวี ที่เข้ามาดอมใจทอล์กโพล์ของคนยุคดิจิทัลได้ตรงใจยิ่งขึ้น

จับตามองเทรนด์โลกด้านการดูโทรทัศน์ บริษัท Digital TV Research จำกัด แห่งสหราชอาณาจักรระบุว่า ในปีที่ผ่านมาผู้ชมชาวอเมริกันจ่ายค่าสมาชิกแบบ Subscription-video-on-demand (SVOD) หรือการดูรายการตามสั่ง ให้แก่ผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง เช่น Netflix, Amazon Prime Instant Video และ Hulu เป็นจำนวน 43.5 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มเป็นกว่า 60 ล้านคน

ในปี พ.ศ. 2563 ส่วนเว็บไซต์การตลาดออนไลน์อย่าง eMarketer ประเมินว่าในปีนี้อเมริกันกว่า 200 ล้านคน จะหันมาชมโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ทั้งการรับชมผ่านกล่องรับสัญญาณ Roku, Apple TV, Google Chromecast, Microsoft Xbox, Amazon Fire TV รวมถึงรับชมผ่านคอมพิวเตอร์โทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต

ที่มา: <http://www.netthailand.com>

สตรีมมิ่ง (streaming) คือการเล่นไฟล์มัลติมีเดียบนอุปกรณ์โดยไม่ต้องมีการดาวน์โหลดไฟล์จากอินเทอร์เน็ตมาเก็บไว้ในเครื่อง

บรรดาผู้รู้ยังคงคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2558 ผู้ชมจะยกเลิกการเป็นสมาชิกเคเบิลทีวีและหันมาใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากมีราคาถูกกว่าและมีความยืดหยุ่นในการรับชมรายการที่ต้องการ ปีนี้จึงเป็นยังคงเป็นปีที่น่าจับตามองของธุรกิจวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยเฉพาะเมื่อมีผู้เล่นใหม่ที่เข้มแข็งอย่างน้อย 2 รายลงแข่งขันในตลาด รายแรกคือ Sling TV ซึ่งเปิดตัวเมื่อปลายเดือนมกราคมที่ผ่านมา โดยจุดขายที่ผู้ชมสามารถรับชมรายการที่กำลังออกอากาศสดได้บนอุปกรณ์ไร้สายทุกประเภท ส่วนอีกหนึ่งรายที่กำลังจะเปิดตัวในเดือนเมษายนนี้คือ HBO Standalone (ชื่ออย่างไม่เป็นทางการ) ซึ่งเป็นบริการชมภาพยนตร์ตามสั่งบนอินเทอร์เน็ตของช่องเคเบิลยักษ์ใหญ่อย่าง HBO ทางฝั่งเอเชียก็ไม่น้อยหน้า เมื่อ บริษัท สิงเทล จำกัด (Singtel) ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์รายใหญ่ที่สุดในสิงคโปร์ ประกาศเมื่อเดือนมกราคมที่ผ่านมาว่าพร้อมแล้วที่จะให้บริการทีวีออนไลน์ชื่อ HOOQ โดยร่วมมือกับ โซนี่พิกเจอร์ส เทเลวิชัน (Sony Pictures Television) และ วอร์เนอร์บราเธอर्स (Warner Bros.) นำภาพยนตร์ฮอลลีวูดและรายการโทรทัศน์กว่า 10,000 เรื่อง มาบริการผู้ชมในเอเชียภายในปีนี้

การที่ผู้ชมหันไปดูโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้บรรดาผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ต้องเร่งพลิกโฉมระบบปฏิบัติการโทรทัศน์ครั้งใหญ่ โดยเน้นที่ 3 เรื่องหลัก คือ ความฉลาด ความคมชัด และ การใช้งานอินเทอร์เน็ต ภายในงาน Consumer Electronics Show หรือ CES 2015 ที่จัดขึ้นที่ลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา เมื่อเดือนมกราคมที่ผ่านมา เราจึงได้เห็นบรรดาผู้ผลิตชั้นนำพากันเผยโฉมสมาร์ททีวี (smart TV) รุ่นล่าสุดที่ก้าวหน้าและเยี่ยมศักยภาพอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน อาทิ



การที่ผู้ชมหันไปดูโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้บรรดาผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ต้องเร่งพลิกโฉมระบบปฏิบัติการโทรทัศน์ครั้งใหญ่ โดยเน้นที่ 3 เรื่องหลัก คือ ความฉลาด ความคมชัด และ การใช้งานอินเทอร์เน็ต

แอลจี (LG) ผลิตสมาร์ททีวีที่ผสานการทำงานเข้ากับระบบปฏิบัติการเว็บโอเอส 2.0 (webOS 2.0) ที่ช่วยให้การใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ บนเครื่องรับโทรทัศน์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พร้อมด้วยเทคโนโลยีใหม่อย่าง ควอนตัม ดอท (Quantum Dot) ที่ช่วยให้ภาพออกมามีความคมชัดเสมือนจริงมากกว่าเดิม

ซัมซุง (Samsung) สมาร์ททีวีรุ่นใหม่ของซัมซุงจะเปลี่ยนมาใช้ระบบปฏิบัติการไทเซน โอเอส (Tizen OS) ซึ่งช่วยให้การทำงานของแอปพลิเคชันต่างๆ ไหลลื่นมากขึ้น และรองรับการเชื่อมต่ออุปกรณ์อื่นๆ ด้วย Wi-Fi Direct กับ Bluetooth LE

พานาโซนิค (Panasonic) เตรียมผลิตโทรทัศน์ระดับ 4K UHD ที่ทำงานบนระบบปฏิบัติการไฟร์ฟอกซ์โอเอส (Firefox OS) ซึ่ง

จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถท่องเว็บไซต์และแชร์เนื้อหาจากสมาร์ทโฟนที่ใช้งานบราวเซอร์ไฟร์ฟอกซ์ไปไว้บนหน้าจอโทรทัศน์ได้อย่างง่ายดาย

ชาร์ป (Sharp) กำลังพัฒนาโทรทัศน์ความคมชัดระดับ 8K ที่เรียกว่า Beyond 4K Ultra HD TV ซึ่งจะมาในรูปแบบของโทรทัศน์หน้าจอขนาด 80 นิ้ว

ฟิลิปส์ (Philips) โทรทัศน์ทุกรุ่นของฟิลิปส์ที่ผลิตในปี พ.ศ.2558 ทั้งรุ่นที่เป็น Full HD และ 4K Ultra HD จะทำงานบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ โกลลีปอป (Android Lollipop) ซึ่งจะสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเสริมจาก Google Play Store ได้อย่างง่ายดาย

ที่มา: <http://men.kapook.com/view109395.html>

สมาร์ททีวี

คือ โทรทัศน์ “ฉลาด” ที่ผนวกเอาความสามารถของโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ และระบบอินเทอร์เน็ต รวมไว้ด้วยกัน

เว็บโอเอส (webOS) คือ ระบบปฏิบัติการ (OS หรือ Operating System) ของแอลจี สมาร์ททีวี ซึ่งได้รับการออกแบบให้ใช้งานง่ายสะดวกสบายยิ่งขึ้น ทำให้การรับชมและการเชื่อมต่ออุปกรณ์หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ไทเซิน โอเอส (Tizen OS) คือ ระบบปฏิบัติการใหม่ของบริษัทซัมซุงที่ออกแบบมาให้รองรับการทำงานทั้งบนสมาร์ททีวี สมาร์ทโฟน และ แท็บเล็ต ได้ในตัวเดียว

ไฟร์ฟอกซ์โอเอส (Firefox OS) เป็นระบบปฏิบัติการสำหรับสมาร์ทโฟน มีคุณสมบัติหลักคือการเป็นแพลตฟอร์มมาตรฐานเปิด (open standard) เหมือนโปรแกรมเบราวเซอร์ของไฟร์ฟอกซ์

ยูเอชดีทีวี (UHD TV หรือ Ultra High Definition Television) คือนวัตกรรมล่าสุดด้านความละเอียดของจอภาพโทรทัศน์ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ 4K (3840 x 2160 พิกเซล) และ 8K (7680 x 4320 พิกเซล) ซึ่งมีความละเอียดของหน้าจอและจำนวนพิกเซล (Pixel) มากกว่าโทรทัศน์ความละเอียดสูง (HD TV) โดยทั่วไปถึง 4 และ 16 เท่า ตามลำดับ

แอนดรอยด์ โกลลี่ป็อป (Android Lollipop) คือ ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์เวอร์ชันล่าสุด ที่เน้นเรื่องการใช้งานระบบปฏิบัติการเดียวกันทุกขนาดหน้าจอ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต นาฬิกา โทรทัศน์ ไปจนถึงรถยนต์ และยังมีส่วนที่ปรับปรุงเพิ่มเติม อาทิ การรองรับการประมวลผลแบบ 64 บิต การแจ้งเตือนแบบใหม่ และ Project Volta ที่ช่วยให้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานมากขึ้นกว่าเดิม เป็นต้น

เมื่อผู้ชมหันไปใช้เวลาดูโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และโทรทัศน์ก็ผันตัวไปเป็นอินเทอร์เน็ตทีวี เราจึงสามารถคาดหวังถึงรายการเยี่ยมๆ บนอินเทอร์เน็ตจากบรรดาผู้ผลิตชั้นนำที่จะตามมาอีกมากมาย ในปีนี้ อาทิ ซีรีส์ออนไลน์จากฝีมือของ วูดดี อัลเลน (Woody Allen) ผู้กำกับเจ้าของรางวัลออสการ์ ที่สร้างขึ้นเพื่อฉายบน Prime Instant Video* โดยเฉพาะ รวมไปถึงสารคดีและภาพยนตร์จากโครงการความร่วมมือที่เรียกว่า UHD Alliance ที่บริษัทผู้ผลิตโทรทัศน์ยักษ์ใหญ่ข้างต้นกับผู้ผลิตคอนเทนต์ชั้นนำ อาทิ ทเวนตีเซ็นจูรีฟอกซ์ (20th Century Fox) วอร์เนอร์บราเธอर्स (Warner Bros.) วอลท์-ดิสนีย์ (Walt Disney) จับมือกันผลิตคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับการฉายบนโทรทัศน์ความคมชัดระดับ UHD ซึ่งคาดว่าจะออกมาสสร้างความตื่นตาตื่นใจให้แก่ผู้ชมทั่วโลกในไม่ช้า ●

Prime Instant Video

คือ บริการวิดีโอสตรีมมิ่งออนไลน์ของยักษ์ใหญ่บนโลกออนไลน์อย่างอเมซอน (Amazon) รับชมได้ที่: <http://www.amazon.com/Prime-Instant-Video/b?node=2676882011>

แหล่งข้อมูล:

www.digitalresearch.com www.emarketer.com , <http://www.cesweb.org>, <http://blog.roku.com/blog/2015/02/09/sling-tv-now-available-in-the-u-s-channel-store>, <https://www.facebook.com/sling> <http://th.wikipedia.org/wiki/โทรทัศน์ความละเอียดสูงยิ่งยวด>, <http://www.channelnewsasia.com/news/business/singtel-sony-pictures/1625560.html>



โอกาสมา อาชีพมี

โอกาสและอาชีพยุคดิจิทัล

ยังจำตอนที่ออกไปนอกบ้านแล้วแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือหมดได้ไหม เชื่อว่าทุกคนคงรู้สึกกระวนกระวายอย่างบอกไม่ถูก ได้แต่มองหาปลั๊กไฟอย่างเอาเป็นเอาตายเพื่อชาร์ตแบตเตอรี่ หรือในวันที่เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) ล่มไปนานเกือบหนึ่งชั่วโมง นั่นเป็นช่วงเวลาที่ชนชาวเน็ตพากันแตกตื่นจนผู้บริหารของเฟซบุ๊กต้องออกมาชี้แจง กลายเป็นข่าวดังไปทั่วโลก

เหตุการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทในชีวิตคนเรามากขึ้นทุกที อินเทอร์เน็ตช่วยย่อโลกใบใหญ่ลงมาอยู่แค่ปลายนิ้วสัมผัส ส่วนคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตก็แทบจะกลายเป็นอวัยวะที่ 33 ของร่างกาย ธุรกิจในยุคดิจิทัลจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมและความต้องการของคนยุคนี้ จนนำไปสู่การแจ้งเกิดอาชีพใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน ได้แก่ เน็ตไอดอล บล็อกเกอร์ และเจ้าหน้าที่ประเมินความเสี่ยงทางดิจิทัล

เน็ตไอดอล (Net Idol) และบล็อกเกอร์ (Blogger)

เดิมทีการเป็นคนดังบนอินเทอร์เน็ตไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็น “อาชีพ” แต่เมื่อหลายคนสามารถสร้างรายได้จากการได้ชื่อว่าเป็น “เน็ตไอดอล” หรือ “บล็อกเกอร์” ที่มีผู้ติดตาม (Follower) จำนวนมาก อาชีพนี้ก็ไม่ใช่ว่าเรื่องที่น่ามองข้ามอีกต่อไป

กล่าวกันว่า “เน็ตไอดอล” คือ คนที่สวย-หล่อ-น่ารัก เช็กซี หรือ เกเรียน ส่วน “บล็อกเกอร์” คือ คนเก่ง แต่จุดที่เหมือนกันก็คือ ทุกคน “เอาอยู่” ในการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กเพื่อสร้างตัวตนบนโลกเสมือน ด้วยการ “แะ-โพสท์-อัฟโหลด-คอมเมนต์-ทำซ้ำ” จนกลายเป็นคนดังได้ในชั่วข้ามคืน เมื่อกลิ่นของความดังลอยไปแตะจมูกบรรดานักการตลาด เน็ตไอดอลและบล็อกเกอร์หลายรายจึงกลายสภาพไปเป็นพรีเซนเตอร์สินค้าในรูปแบบของการ “รีวิว” สินค้าชนิดต่างๆ หรือเป็นตัวแทนทำกิจกรรมบางอย่างที่ต้องการสร้างกระแสในสังคม

บางรายอาจต่อยอดผลิตค่าของตัวเองออกมาจำหน่าย กลายเป็นอาชีพที่สร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำ

แต่เมื่อยุคนี้ใครๆ ก็สามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวทีแจ้งเกิดได้ทั้งสิ้น เน็ตไอดอลและบล็อกเกอร์ที่จะประสบความสำเร็จและอยู่ได้นานจึงจำเป็นต้องมี “สัญชาตญาณทางการตลาด” (Sense of marketing) กล่าวคือ มองเห็นโอกาสจากเทรนด์โลก เข้าใจรสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาที่โดนใจกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง “คาแรกเตอร์” (Character) สำหรับเน็ตไอดอล และการแสดง “ก๊ินและตัวตน” สำหรับบล็อกเกอร์

เน็ตไอดอล คือ บุคคลธรรมดาที่มีความโดดเด่นและโด่งดังในทางสร้างสรรค์บนโซเชียลมีเดีย จากรูปว้างหน้าตาที่สวย-หล่อ-น่ารัก เช็กซี ตลก หรือ การโพสต์ข้อความที่โดนใจชาวเน็ต

บล็อกเกอร์ คือ นักเขียนบทความของตนเอง (Personal Journal) ลงบนเว็บไซต์ เนื้อหาที่เขียนมีได้หลากหลายตั้งแต่การบันทึกเรื่องส่วนตัว ไปจนถึงบทความเฉพาะด้าน เช่น เรื่องแฟชั่น-ความงาม เรื่องธุรกิจ เรื่องการถ่ายภาพ เรื่องกีฬา ฯลฯ และสื่อสารพูดคุยกับผู้อ่านผ่านทาง comment

NET IDOL



ทูนหัวของบ่าว

แก๊งแมว 8 ตัวที่ได้รับความรักจากบรรดาทาสแมวอย่างท่วมท้น จากความน่ารักปนทะเล่ของบรรดาแมวเหมียว สอดแทรกด้วยการเป็นสื่อกลางประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมช่วยเหลือสัตว์ที่กำลังเดือดร้อน ทำให้เพจทูนหัวของบ่าวมีผู้ติดตามทะลุ 2 ล้านคนไปเมื่อต้นปีที่ผ่านมา

แม่บ้านมีหนวด

นักเรียนศิลปะที่นำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผสมผสานกับความกล้าและลูกบ้า นำเสนอในรูปแบบผู้ชายมีหนวดสวมชุดราตรีลึกลับท่าโพสท์หลุดโลก ด้วยคาแรกเตอร์ที่ชัดเจนและแฟชั่นเซ็กซี่ชวนตื่นตาตื่นใจ เพจแม่บ้านมีหนวดจึงมีจำนวนผู้ติดตามถึงกว่า 6 แสนคน

เจย์ เดอะ แรบบิท (Jay the Rabbit)

เน็ตไอดอลที่มาในรูปแบบการ์ตูนกระต่ายสีขาว หน้ากลม หุ่นอวบ และชอบขานมไข่มุกเป็นชีวิตจิตใจ จากการตุนจิกกัดล้อเลียนผู้หญิงทำงานยุคใหม่ที่สวย โสด ชอบข้อปึง บ้า หวย และไม่หยุดตามหาความรัก ทำให้ เจย์ เดอะ แรบบิท เป็นขวัญใจคนวัยทำงานกว่า 6 แสนคน และเป็นเน็ตไอดอลที่ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต้องการร่วมงานด้วยมากที่สุดคนหนึ่ง

BLOGGER



ชี ฉัตรปวีณ์ (ตรีชัชวาลวงศ์)

รักอริยะพงศ์

พิธีกร ผู้ประกาศข่าว และ เจ้าของบล็อก DailyGizmo.tv และรายการออนไลน์ Daily IT บน iTunes Podcast และ YouTube ซึ่งนำเสนอเรื่องราวอัปเดตเกี่ยวกับอุปกรณ์ไฮเทคและนวัตกรรมต่างๆ ในดวงใจเธอด้วยความเป็นหนึ่งในผู้หญิงเพียงไม่กี่คนที่เชี่ยวชาญด้านไอที แล้วยังมีความสวยงามน่ารักเป็นของแถม ทำให้หนุ่มๆ ทั่วประเทศพร้อมใจกันยกตำแหน่ง “เจ้าหญิงแห่งวงการไอที” ให้เธอด้วยความเต็มใจ



Evan

หนูน้อยชาวอเมริกัน เจ้าของบล็อกวีวียของเล่น EvanTubeHD ซึ่งมีพ่อของเขาเป็นผู้เขียนบทกำกับ และถ่ายทำ และสามารถสร้างสถิติใน Youtube ด้วยยอดวิวรวมกันสูงถึง 750 ล้านครั้ง และทำเงินได้ถึงปีละ 1.3 ล้านดอลลาร์ ปัจจุบันสองพ่อลูกเพิ่มรายการอีกสองช่อง คือ EvanTubeRaw ซึ่งรวบรวมสื่อบ้างหลังการถ่ายทำ รวมถึงกิจกรรมสนุกๆ นอกบ้าน และ EvanTubeGaming ซึ่งเป็นการรีวิววิดีโอและเกมส์คอมพิวเตอร์



เชียร์รา เฟอรร่าญี

บล็อกเกอร์ ดีไซน์เนอร์ และนางแบบสาวชาวอิตาลี เจ้าของบล็อกชื่อดัง TheBlondeSalad.com ซึ่งเลือกนำความชื่นชอบในแฟชั่นและสไตล์ส่วนตัว มาผนวกเข้ากับสาระน่ารู้สำหรับผู้หญิง จนมียอดผู้เข้าชมถึงวันละหกหมื่นครั้ง และมีจำนวนผู้ติดตามในอินสตาแกรมกว่าสามล้านคน ล่าสุดเธอผันตัวไปเป็นเจ้าของธุรกิจ ทำรายการโทรทัศน์ และร่วมงานกับบริษัทต่างๆ จนได้รับยกย่องให้เป็นหนึ่งในบุคคลที่ทรงอิทธิพลที่สุดในวงการแฟชั่นโลก

โอกาสและอาชีพในยุคดิจิทัล

เจ้าหน้าที่ประเมินความเสี่ยงทางดิจิทัล (Digital risk officer)

หากใครติดตามข่าวสารในวงการไอทีคงยังจำกรณีที่ใช้ โซนี่ พิกเจอร์ (Sony Pictures) ค่ายหนังชั้นนำของฮอลลีวูดถูกจารกรรมข้อมูลครั้งใหญ่เมื่อปลายปีที่ผ่านมานี้ เหตุการณ์นี้สร้างความสั่นสะเทือนไปทั่วโลก ส่งผลให้บริษัททั่วโลกตื่นตัวกับการเก็บรักษาความปลอดภัยของข้อมูลยิ่งกว่าที่เคย Gartner ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยและให้คำแนะนำด้านไอทีในสหรัฐอเมริกาประเมินว่า ภายในปี พ.ศ. 2560 หนึ่งในสามของบริษัทักษ์ใหญ่ที่มีแผนดิจิทัลจะจ้างเจ้าหน้าที่ประเมินความเสี่ยงทางดิจิทัลมาคอยติดตาม ดูแล และป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นทางดิจิทัล เช่น ป้องกันการถูกแฮ็กข้อมูล ป้องกันข้อมูลรั่วไหล และ ออกแบบระบบความปลอดภัยทางดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพ

เจ้าหน้าที่ประเมินความเสี่ยงทางดิจิทัลจึงต้องมีคุณสมบัติสำคัญ คือ เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี มีทักษะในการคิดวิเคราะห์ที่ละเอียด สามารถนำทักษะการแก้ปัญหามาประยุกต์ใช้กับงานได้ มีไหวพริบ และรู้ทันเหล่าอาชญากรไซเบอร์ (ดูเพิ่มเติมเกี่ยวกับ digital risk management ได้ที่ <http://www.drminstitute.org/>)



หลายฝ่ายมั่นใจว่าปี พ.ศ. 2558 จะยังคงเป็นปีทองของธุรกิจดิจิทัลต่อไป โดยเฉพาะธุรกิจซื้อขายบนอินเทอร์เน็ตที่น่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีก เพราะแม้แต่เฟซบุ๊กก็ยังตอบรับต่อกระแสดังกล่าวด้วยการเตรียมเปิดตัว Facebook For Sale Groups เฟซบุ๊กใหม่เพื่อการซื้อขายสินค้าระหว่างสมาชิกกลุ่มโดยเฉพาะ ซึ่งจะเปิดใช้งานในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าสำหรับผู้ใช้งานเฟซบุ๊กบนคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ สิ่งที่ตามมาคือกลุ่มสินค้าเทคโนโลยี อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แอปเดอเรชั่น อุปกรณ์บันทึกข้อมูล ไปจนถึง ของกระจุกกระจิกสำหรับตกแต่งโทรศัพท์มือถือ และช่วงซ่อมคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือจะเติบโตในตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการคิดและการสร้างแอปพลิเคชันต่างๆ ที่จะยังคงไปได้สวยในปี

เมื่อโอกาสนั้นเปิดกว้าง พวกเราพร้อมที่จะคว้าโอกาสมาสร้างอาชีพกันแล้วหรือยัง? ●

ที่มา:

- รวมมิตร คิด เรื่อง การเรียนรู้ โดย สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ www.theblondesalad.com
- www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9570000148813
- www.voicetv.com
- www.fashionbymayhem.com/
- <http://goop.com/whats-goop/>
- www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/lifestyle/20110706/
- <http://bloggoodgood.blogspot.com/>
- <http://www.jojho.com/2013/05/what-is-blog.html>
- <http://www.freeware.in.th/blog/6239>
- <http://lofficielthailand.com/2014/04/chiera-ferragni-the-blonde-salad/#sthash.v4uOwORB.dpuf>
- advice.careerbuilder.com/posts/18-hot-jobs-for-2015
- <http://www.designil.com/user-experience-ux-design-ui-tips.html>
- <http://designlab88.com/what-is-ux-designer>
- www.gartner.com
- <http://www.bangkoktoday.net/facebook-for-sale-groups>



INTERNET ADDICTION

ทำไมเราจึงเสพติด
อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน
เมื่อ 1+1 มากกว่า 2

โดย นพ. ชัชพล เกียรติขจรธาดา

อินเทอร์เน็ตและ
สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์
ที่มีสิ่งกระตุ้นหลาย
ประสาทสัมผัสและสร้าง
ความสนใจหลายอย่าง
ในเวลาเดียวกัน



เคยสงสัยกันไหมครับว่าทำไมเรามีแนวโน้มจะติด
อินเทอร์เน็ตหรือสมาร์ทโฟน?

คำถามนี้ผิวเผินแล้วเหมือนคำตอบจะชัดเจนว่าเพราะ
อินเทอร์เน็ตสนุก มีความบันเทิงจำพวกวิดีโอ เพลง
เกม ฯลฯ เกมยังมีประโยชน์ในการเรียนและการ
ทำงานเพราะมีข้อมูลความรู้มากมาย อยากรู้อะไรก็
เพียงพิมพ์และกดปุ่มค้นหา จึงไม่แปลกที่คนเราจะ
ชอบใช้อินเทอร์เน็ต

คำอธิบายนี้ก็ถูก แต่ในทางวิทยาศาสตร์มันน่าจะ
มีอะไรมากกว่านั้น เพราะความบันเทิงอย่างเพลง
ภาพยนตร์ ละคร เกม รวมไปถึงการสื่อสารด้วยเสียง
หรือตัวอักษรก็มีมานานมากแล้ว แหล่งความรู้อย่าง
หนังสือและห้องสมุดก็เช่นเดียวกัน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่
มนุษย์ชื่นชอบกันมานานตั้งแต่ก่อนยุคอินเทอร์เน็ต
แต่เมื่อสิ่งเหล่านี้มาอยู่บนอินเทอร์เน็ตและเมื่อเรา
สามารถใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟน การใช้งาน
ก็ยิ่งสะดวก ความชอบก็ยิ่งเพิ่มขึ้นเท่าทวีคูณจนถึง
ขั้นที่เรียกว่าเสพติด

คำถามคือเมื่อสิ่งเหล่านี้มาอยู่ร่วมกันบนสมาร์ทโฟน
แล้วเกิดอะไรขึ้น ทำไม 1+1 จึงมากกว่า 2 ทำไมสิ่งที่
เคยชอบธรรมดาๆ เมื่อมารวมกันแล้วกลายเป็นสิ่ง
เสพติดได้? คำตอบผมเชื่อว่าอยู่ที่กลไกจิตใต้สำนึก
ของสมองอย่างน้อยสามอย่างด้วยกันครับ

กลไกแรก เราเรียกมันว่า habituation หรือความ
เคยชิน ชื่อเหมือนจะฟังยากแต่จริงๆ เราคุ้นเคยกัน
อยู่แล้วครับ เคยไหมครับเวลาที่เราได้กลิ่นตด ตอน
แรกมันจะเหม็นมากแต่ผ่านไปไม่นานกลิ่นก็หายไป
แต่ถ้าเราเดินออกไปนอกห้องแล้วกลับมาใหม่ก็จะพบ
ว่ากลิ่นนั้นยังอยู่ ภาวะนี้เกิดขึ้นเมื่อสมองได้รับการ
กระตุ้นให้รับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีอะไร
เปลี่ยนแปลงสักพักสมองจะเลิกสนใจสิ่งกระตุ้นนั้น
ภาวะนี้เป็นการทำงานของสมองที่พบได้ในทุกสิ่ง
เช่น ตอนที่คุณอาจจะนั่งอยู่ แต่คุณไม่รู้สึกลงน้ำหนัก
ที่กดลงบนเท้าทั้งสองข้าง แต่ถ้าขยับตัวเล็กน้อย
คุณก็จะเกิดแรงกดได้ชัดเจนขึ้น ทางเดียวกันเช่นกัน
เมื่อเราเปิดเครื่องปรับอากาศ ในตอนแรกเราจะได้ยิน
เสียงดังจนอาจรู้สึกรำคาญ แต่เมื่อผ่านไประยะหนึ่ง
เราจะไม่ได้ยินเสียงนั้นอีกต่อไปแม้ว่าเสียงจะยังดังอยู่
เท่าเดิม ภาวะนี้จะพบได้ในทุกการรับสัมผัสของสมอง
ซึ่งรวมถึงความสนใจด้วย

ขณะที่อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่
มีสิ่งกระตุ้นหลายประสาทสัมผัสและสร้างความ
สนใจหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น เรา
อาจจะหยิบสมาร์ทโฟนขึ้นมาเพราะต้องการเช็ค
ข้อความในเฟซบุ๊กเล็กน้อย แต่เกิดไปเห็นคลิป
วิดีโอแมวน่ารักๆ ที่เพื่อนแชร์มา เราชอบแมวอยู่
แล้วจึงต้องกดเข้าไปดูเสียหน่อย ดูแล้วรู้สึกชอบ
มากก็ต้องกดไลค์ แล้วตามด้วยการแชร์ต่อ แต่จะ
แชร์ต่อแบบธรรมดาที่ไม่ได้เราต้องเขียนบรรยาย
ควบคู่ไปกับคลิปสักเล็กน้อย และเพื่อให้ดูดีมีการ
ศึกษาเราจึงค้นหาคำเกี่ยวกับแมวเขียนเพิ่ม
เติมลงไป จากนั้นก็ต้องไปเขียนตอบทวิตเตอร์
ว่า "อ้อ่าย น่ารัก จิงจิง รักแมวต้องดู" ปิดท้าย
ด้วยการถ่ายรูปเซลฟี่คู่กับแมวของเราแล้วโพสต์
ขึ้นไอจี (Instagram) อีกหน่อย เราจะใช้รูปหน้า
สดไม่ได้ต้องแต่งรูปก่อน ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นในเวลา
อย่างต่ำ 15 นาที

พอจะเห็นภาพไหมครับ ภายในเวลาสั้นๆ นั้นเราทำกิจกรรมหลากหลายมาก ทั้งดูคลิปวิดีโอ อ่านข้อความที่หลากหลาย สืบสารไปกลับ ถ่ายรูป ซึ่งก่อนหน้านี้จะมีอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน โอกาสที่เราจะทำได้เหล่านี้ได้ครบภายใน 15 นาทีเกิดขึ้นยากมาก อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนจึงเป็นอุปกรณ์ที่ไม่ปล่อยให้เรามองเรารู้สึกเบื่อหรือ habituate ไปกับสิ่งกระตุ้นเลย



นพ.พัชพล เกียรติขจรธาดา
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านรังสีรักษาและมะเร็งวิทยา

นักเขียนหนังสือแนว
Pop Science

เจ้าของผลงานเรื่อง เรื่องเล่า
จากร่างกาย เหตุผลของธรรมชาติ
500 ล้านปีของความรัก
เล่ม 1 และ 2
(<https://www.facebook.com/ChatchapalBook>)

ภาพประกอบโดย
พญ.ขวัญจิรา พะนอจันทร์
(<https://www.facebook.com/Kwanpeemaidiary>)

กลไกที่สอง เป็นเรื่องของการเรียนรู้ จะเข้าใจภาวะนี้ให้ลึกถึงการพนันครับ สิ่งหนึ่งที่ทำให้คนเราติดการพนันได้ง่ายเป็นเพราะเราไม่สามารถคาดเดาว่าจะได้รางวัลเมื่อใด เมื่อคาดเดาไม่ได้จึงเกิดสิ่งที่เรียกว่า “ลุ้น” ซึ่งนักวิทยาศาสตร์คนหนึ่งชื่อ บี.เอฟ. สกินเนอร์ (B.F. Skinner) ค้นพบตั้งแต่เมื่อประมาณ 60 กว่าปีก่อนว่าเราสามารถฝึกให้หนูกดปุ่มได้ด้วยการให้รางวัลทุกครั้งที่หนูเหยียบไปบนปุ่มนั้น แต่วิธีการให้รางวัลที่ได้ผลดีที่สุด คือ การให้รางวัลแบบที่หนูคาดเดาไม่ได้ เช่น บางครั้งให้รางวัลเล็ก บางครั้งให้รางวัลใหญ่ ซึ่งการให้รางวัลสลับไปมาเช่นนี้จะทำให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการได้เร็วและอยู่ทนนานกว่าการให้รางวัลแบบอื่น แม้แต่การให้รางวัลใหญ่ทุกครั้ง ภาวะนี้ยังพบได้ในชีวิตจริงด้วย เช่น การได้รื้อหาของลดราคาในกระเบที่มีของดีและไม่ดีวางปนกัน การได้ลุ้นเช่นนี้จะทำให้เรารู้สึกว่าครั้งถัดไปอาจมีของดีๆ ออกมากก็ได้ ขอลองดูอีกครึ่งแก้วกัน เราจึงหมั่นทำพฤติกรรมนั้นไปเรื่อยๆ

อินเทอร์เน็ตทำให้เรามองเกิดการเรียนรู้นั้นติดเป็นนิสัยด้วยกลไกนี้เช่นกัน ทุกครั้งที่หยิบสมาร์ตโฟนมาเปิดดูเราไม่รู้เลยว่าแต่ละครั้งจะได้เจออะไรบ้าง บางครั้งเราก็ได้เจอดราม่ามันๆ ได้ดูคลิปวิดีโอที่กำลังฮิตไปทั่วโลก หรือ คนที่เราชอบอาจมาดไลค์รูปของเรา ฯลฯ แต่บางครั้งเราก็เจอเรื่องน่าเบื่อ เช่น ข้อความเพื่อนบ่นรายวัน หรือ คำชวนเล่นเกมจากเพื่อน ดังนั้นการหยิบสมาร์ตโฟนขึ้นมาแต่ละครั้งจึงเหมือนการลุ้นเล็กๆ และการลุ้นนี้ทำให้คนเรามีพฤติกรรมติดสมาร์ตโฟนได้โดยง่าย

กลไกที่สาม มาจากการที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม การที่สัตว์ใดก็ตามวิวัฒนาการมาอยู่รวมเป็นสังคมเป็นเพราะสัตว์ชนิดนั้นจำเป็นต้องพึ่งพากัน อยู่ตัวเดียวโดดๆ ไม่ได้ มนุษย์เองก็มีสัญชาตญาณนั้น นอกจากนี้ สังคมของมนุษย์

ยังมีความเป็นลำดับขั้นเช่นเดียวกับสังคมของลิง แม้จะไม่มากเท่าลิงแต่ก็ยังพอรู้สึกถึงความ เป็นลำดับขั้นนั้นได้ เมื่อมีลำดับขั้นคนเราก็มีสัญชาตญาณที่อยากได้ตำแหน่งขั้นขึ้นไปและต้องการเป็นที่ยอมรับจากสมาชิกอื่นๆ

อินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันต่างๆ บนสมาร์ตโฟนทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนนั่นคือ สังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสังคมที่ใหญ่กว่า กว้างกว่า และมีพรมแดนน้อยกว่าโลกจริง แต่ด้วยแรงขับเคลื่อนของการเป็นสัตว์สังคมเรายังต้องการการยอมรับและต้องการได้ตำแหน่งในสังคมเสมือนไม่ต่างจากในโลกจริง อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นเครื่องมือที่ช่วยตอบสนองสัญชาตญาณนี้ได้ดี เพราะสิ่งที่เราเขียน คนที่เราติดตาม ภาพถ่ายที่เราโพสต์ เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพหรือการประกาศลำดับขั้นของเราในสังคม กลายเป็นสิ่งที่เรารู้สึกว่าสะท้อนความเป็นตัวเราในแบบที่เราอยากให้คนอื่นเห็น ในขณะที่เดียวกันหลายครั้งที่เราเผลอตัดสินสถานะทางสังคมของคนอื่นจากสิ่งที่เขาเลือกมานำเสนอ เช่น ถ้าเราเห็นเขากินอาหารหรู ถ่ายรูปกับคนดังไปเที่ยวต่างประเทศ ฯลฯ เราก็มักแนวโน้มจะตัดสินว่าเขา “ไฮโซ”

พอจะเห็นภาพไหมครับว่า 1+1 มากกว่า 2 ได้อย่างไร การได้สลับความสนใจไปมาอย่างรวดเร็วทำให้ habituation หรือกลไกเคยชินของสมองทำงานลดลง ความหลากหลายของสิ่งที่พบเมื่อหยิบสมาร์ตโฟนขึ้นมาดูทำให้ระบบที่เกี่ยวข้องกับการติดการพนันทำงาน และการที่คนจำนวนมากสามารถติดต่อสื่อสารและแสดงความเป็นตัวตนได้ง่ายๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ กระตุ้นสัญชาตญาณการเป็นสัตว์สังคมในตัวเราให้แสดงออกมา ด้วยคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองสัญชาตญาณพื้นฐานของมนุษย์เหล่านี้ จึงทำให้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ตโฟนกลายเป็นสิ่งเสพติดของคนยุคดิจิทัลในที่สุด

อาร์โนลด์และเฮเลน ฮอกก์ ถ่ายเซลฟี่ในปี พ.ศ.2469



'SELFIE STICK'



ไม่นานมานี้มีสิ่งประดิษฐ์หนึ่งที่สร้างกระแสฮือฮาไปทั่วโลก นั่นคือ selfie stick หรือ selfie extension arm หรือที่คนไทยเรียกติดปากว่า “ไม้เซลฟี่” ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ช่วยให้ผู้คนสามารถถ่ายภาพตัวเองหรือเซลฟี่ (selfie) สะดวกง่ายดายยิ่งขึ้น กระทั่งนิตยสาร TIME ยังต้องยกย่องให้ไม้เซลฟี่เป็นหนึ่งใน 25 สุดยอดสิ่งประดิษฐ์ประจำปี พ.ศ. 2557

หลายคนเข้าใจว่าไม้เซลฟี่เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคสมาร์ทโฟน แต่แท้ที่จริงแล้วไม้เซลฟี่อันแรกของโลกมีมาตั้งแต่เมื่อ 90 ปีก่อน โดยอาร์โนลด์และเฮเลน ฮอกก์ (Arnold - Helen Hogg) ซึ่งนำกล้องถ่ายรูปมาผูกติดกับแท่งไม้ก่อนจะใช้ถ่ายภาพ “เซลฟี่” ตัวเอง บนถนนแห่งหนึ่งในเมืองรักบี้ เขตวอร์วิกเชียร์ สหราชอาณาจักร ในปี พ.ศ.2469 ภาพดังกล่าวถูกค้นพบและนำมาเผยแพร่โดยนายอลัน คลีฟเวอร์ (Alan Cleaver) หลานชายของทั้งคู่ และสร้างความตื่นเต้นให้กับวงการสิ่งประดิษฐ์ไม่น้อย **K**

ที่มา: <http://www.theguardian.com/uk-news/2014/dec/23/photograph-1926-shows-selfie-stick-older-than-meets-eye>

INTERVIEW

จอห์น วิญญู วงศ์สุรวัฒน์

อินเทอร์เน็ตทีวี...พื้นที่และ
แรงบันดาลใจในการ
เปลี่ยนแปลงสังคม

เมื่อแรกเห็นเขา ชวนให้นึกถึงดาราทหรือนายแบบวัยรุ่นรูปหล่อทั่วไป แต่เมื่อได้พูดคุยกันเราก็เริ่มเข้าใจว่าภายใต้ใบหน้าหล่อๆ และท่วงท่าอันเฉียบเท จอห์น วิญญู มีจิตวิญญาณของคนทำรายการโทรทัศน์ และนักธุรกิจอย่างเต็มเปี่ยม เราจึงไม่แปลกใจเลยว่าทำไมรายการ “เจาะข่าวตื่น” จึงไม่ได้เป็นแค่รายการเล่าข่าวที่เน้นสีสันความสนุกสนาน แต่ยังคงคลุกเคล้าไปด้วยเนื้อหาอันเข้มข้นของประเด็นร้อนด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ที่ไม่ค่อยได้เห็นในรายการวัยรุ่นทั่วไป

มองเห็นโอกาสอะไรบนโลกออนไลน์
ตอนที่ผมเริ่มต้นทำรายการบนอินเทอร์เน็ต ตอนนั้นอินเทอร์เน็ตบ้านเรายังอยู่ในขั้นแบบเบาะพอสมควร โหลดรูปได้ก็ลุดยอได้แล้ว (หัวเราะ) อินเทอร์เน็ตทีวีเป็นสิ่งที่เราอยากทดลองทำดูว่าจะออกมาเป็นยังไง ผมโชคดีที่มีพี่สาวเป็นโปรดิวเซอร์ ก็ได้พี่มาช่วยทำให้รายการมีคุณภาพ ทีมงานของเราเป็นทีมงานที่ค่อยๆ สร้าง เมื่อก่อนเรามีทีมงานอยู่แค่สองสามคน แต่ทุกวันนี้เฉพาะรายการเจาะข่าวตื่นก็มีทีมงานเป็นสิบคนแล้ว หลายคนเข้ามาด้วยทัศนคติว่าการทำอินเทอร์เน็ตทีวีเป็นเรื่องง่าย ทำอะไรบ้าๆ เดียวก็มีคนดูเป็นล้าน จริงอยู่เราจะมีคนดูเป็นล้านแต่เราได้สร้างผลกระทบหรือสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือเปล่า



“คุณต้องซื่อสัตย์กับตัวเองตั้งแต่ต้น เป็นอย่างไรก็ต้องเป็นอย่างนั้น เมื่อเราารู้สึกว่าคุณไม่จริงใจ เราจะไม่วางใจคุณอีกต่อไป”

หรือเม็ดเงินผลตอบแทนทำให้เราอยู่ได้ในระยะยาวหรือเปล่า มันมีรายละเอียดมากกว่านั้นเยอะที่หลายคนอาจนึกไม่ถึง

คิดว่าเพราะอะไรคนจึงชอบรายการเจาะข่าวตื่น

น่าจะเป็นเพราะประเด็นความทันสมัยของข่าวซึ่งกำลังเป็นกระแสอยู่ในช่วงนั้นๆ พอดี เราเน้นหยิบจับเรื่องทั่วไปที่ทุกคนสัมผัสได้ เหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้น นำมาถ่ายทอดในวันนั้นและแทบจะออกอากาศในทันที เรื่องมันเลยทันสมัย คนก็นำไปแชร์กันเยอะพอสมควร จากร้อยก็เป็นแสนครั้ง

คำแนะนำสำหรับคนรุ่นใหม่ที่ยอยากทำรายการบนอินเทอร์เน็ต

ถ้าจะว่าไปแล้วละคนมีช่องทางในการนำเสนอตัวเองอยู่แล้ว คุณตั้งกล้อง มีของมีประเด็นที่จะนำเสนอ คุณก็ทำรายการได้แล้ว แต่ที่ผมอยากฝากไว้ก็คือ ต้องมีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ทำให้คนเห็นผ่านตาอยู่เรื่อยๆ รับรู้ว่าคุณกำลังทำอะไร และที่สำคัญ คุณต้องซื่อสัตย์กับตัวเองตั้งแต่ต้น เป็นอย่างไรก็ต้องเป็นอย่างนั้น ไม่ใช่ว่าทำรายการไปสิบเทปแล้วเกิดดังขึ้นมา คุณเพิ่งมารู้ว่าตัวตนที่แท้จริงของคุณไม่ใช่คนแบบนี้แล้วคุณก็มาเปลี่ยนทีหลัง คนที่ติดตามคุณจะรู้สึกแย่ โลกอินเทอร์เน็ตเขาต้องการความจริงใจ เมื่อเขาารู้สึกว่าคุณไม่จริงใจ เขาจะไม่ไว้วางใจคุณอีกต่อไป

มาดามมด

ความฮาที่ไม่ไร้สาระบนโลกออนไลน์

เริ่มต้นจากความหลงใหลในการแสดง “มด” หรือที่รู้จักในนาม “มาดามมด” แฉงเกิดจากการเป็นพิธีกรรายการ “ภาษา plaza” ซึ่งเป็นรายการสอนคำศัพท์วัยรุ่นพร้อมคำอธิบายที่ไม่เหมือนใคร บวกกับสไตล์การแต่งตัวแบบ “แซ่บเวอร์” กับขนตาปลอม และวิกผมสุดอลังการเป็นคาแรกเตอร์ประจำตัว แฉงยังพ่วงเอาความ “เร็ด เซ็ด ฮา” มาเป็นจุดขายจนทำให้มาดามมดกลายเป็นเน็ตไอดอลที่มีผู้ติดตามและมีชื่อเสียงมากที่สุดคนหนึ่งใน

จุดเริ่มต้นของ “มาดามมด”

เป็นความโชคดีอย่างหนึ่งคือมดเรียนในคณะที่มีคนทำงานในวงการบันเทิงเยอะ และมดทำกิจกรรมของมหาวิทยาลัยมาตลอด ไม่ว่าจะเป็นเล่นละครเวทีหรืออื่นๆ คนก็ได้เห็นเราบ้าง พอถึงยุคบูมของอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย มันเกิดความต้องการคอนเทนต์หรือเนื้อหาใหม่ๆ ขึ้นมา รุ่นพี่ของมดก็เลยชวนมดมาทำงานนี้ด้วยกัน โดยเริ่มจากคุยกันว่าเราอยากทำอะไร มดคิดว่าเราควรเริ่มต้นจากสิ่งที่เราชอบและตัวตนของเรา ตอนนั้นมดทำงานอยู่กับโรงเรียนสอนภาษาและเรื่องภาษาเป็นสิ่งที่มดชอบ เลยเป็นที่มาของรายการภาษา Plaza

เหตุผลที่คนรักมาดามมด

ตั้งแต่แรกมดไม่ได้คิดว่าเราจะต้องทำอะไรที่ได้รับความนิยม จุดเริ่มต้นในการทำทุกๆ สิ่งของมดมันมาจากความรู้สึกที่ว่าเราอยากทำอะไรสักอย่างที่เราชอบ มีความเป็นตัวเรา และไม่ได้ทำไกลจากตัวเรามาก แต่รายการภาษา Plaza และมาดามมดถูกพูดถึงมาก น่าจะมาจากความแปลกใหม่ เพราะรายการสอนภาษาที่ “โอเวอร์” แบบนี้ยังไม่มีใครทำมาก่อน

บวกกับคาแรกเตอร์ของเราที่เป็นแบบนี้ คนจึงสนใจกันมาก

วันปกติของมาดามมด

ชีวิตจริงของมดก็ปกติธรรมดาทั่วไป มดจะแต่งตัวเป็นมาดามมดเฉพาะเวลาทำงาน ความเยอะแบบนั้นมันมีวาระของมัน และเชื่อไหมว่าความจริงแล้วมดแทบไม่ได้เล่นโซเชียลเน็ตเวิร์กเลย ถ้าถามว่ามดดูอะไรบนอินเทอร์เน็ต มดเป็นคนไม่ดู (หัวเราะ) ถ้าจะดูคงเป็นทีวี มดชอบดูพวกสารคดีชีวิตสัตว์หรือเรื่องที่ทำให้ความรู้อย่างพวกโลกหรืออวกาศ ไม่น่าเชื่อใช่ไหม (หัวเราะ) จริงๆ แล้วมดเป็นคนชอบหาความรู้ใส่ตัวมาก

คำแนะนำสำหรับคนรุ่นใหม่ในการทำรายการบนอินเทอร์เน็ตให้ประสบความสำเร็จ

มดเริ่มต้นจากทำสิ่งที่ตัวเองรัก มดว่าสิ่งนี้แหละสำคัญ การเริ่มต้นจากสิ่งที่เราชอบ เราถนัด และอินกับมันจะทำให้เราทำมันได้ดีและมีความสุข

แล้วความสุขของมาดามมดคืออะไร

คือการให้ความรู้และความบันเทิงกับทุกคนค่ะ

“เห็นแบบนี้แต่มาดามมดเป็นเจ้าของปริญญาตรี เกียรตินิยมอันดับ 1 (เหรียญทอง) จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาวาริชวิทยาและสื่อสารการแสดง เชียวนะ”





ปลื้ม

สุรบถ หลีกภัย

คนไทยนำปลื้มบนยูทูบ

“ผมเคยคิดจะไปเรียนว่ายน้ำแต่ก็บอกตัวเองว่ารอฟุ้งนี้ก่อน ผมรอฟุ้งนี้มีมาประมาณ สามเดือน ไม่ได้เริ่มสักที จนผมตัดสินใจว่าชีวิตนี้ผมจะไม่ว่ายน้ำ และจำไว้เป็นตราบาปว่า นี่ไง เพราะไม่เริ่มสักที ผมใช้เรื่องนี้มาเตือนตัวเองว่า อยากทำอะไร ต้องทำเดี๋ยวนี้”

อินโทร (Intro) ควรจะมีอะไรบ้างคนถึงจะไม่ปิดหนี ผมก็ทำไปแบบไม่รู้แล้วปรับเปลี่ยนเรื่อยๆ แต่สิ่งที่ต้องทำคือ “ทำให้ตัวเองรู้” ด้วยการอ่านหนังสือ ดูหนัง ดูโฆษณา และดูรายการต่างๆ เพื่อเอามาต่อยอดงานของเรา ปัญหาต่อมาคือเรื่อง “เงิน” การสร้างผลงานสักชิ้นต้องมีต้นทุน ฉะนั้นถ้าเราทำอะไรเองได้มากเท่าไรก็ยิ่งดี เช่น เป็นพิธีกรเอง ถ่ายวิดีโอเอง จะช่วยลดค่าผลิตลง เพราะระยะแรกจะยังไม่มีผู้สนับสนุนรายการ เราต้องลงทุนไประดับหนึ่งจนพิสูจน์ได้ว่ารายการเราเจ๋ง งานเราดี ลูกค้ำจึงจะยอมจ่ายเงินสนับสนุน อย่างผมทำวีอาร์โซอยู่ 15 เทปถึงจะมีลูกค้ำมาลงโฆษณา สุดท้ายคือ “คำวิจารณ์” เป็นสิ่งที่มาพร้อมโลกออนไลน์ คำแนะนำเดียวเลยคือคุณต้องเข้มแข็ง เพราะเป็นไปไม่ได้ที่คุณจะผลิตอะไรมาสักอย่างแล้วทุกคนจะชอบ

แนวโน้มของการเป็นผู้ประกอบการในโลกออนไลน์

ผมมองว่าจะเติบโตไปมากกว่านี้แน่นอนครับ ดังนั้นใครที่อยากมีโอกาสต้องรีบคิดและลงมือทำตั้งแต่ตอนนี้ อย่าไปรอให้มันโตไปมากกว่านี้ อย่างหลังแล้วช่องทางไหนจะดีที่สุด มันไม่มีช่องทางที่ดีที่สุด มันมีแต่ช่องทางที่เราเลือก ขอแค่เราเริ่มเดินแล้วเราก็เจอเส้นทางของมันเองครับ 

สุรบถ หลีกภัย หรือ ปลื้ม อาจเป็นที่รู้จักในฐานะลูกขายนักการเมือง แต่หลายปีที่ผ่านมาชายหนุ่มคนนี้พิสูจน์ให้ทุกคนเห็นว่าเขาคือนักธุรกิจรุ่นใหม่ที่มีหัวคิดก้าวหน้าในฐานะผู้บุกเบิกรายการออนไลน์ และใช้เวลาเพียงไม่นานในการสร้างรายการอย่าง “วีอาร์โซ” (VRZO) ให้กลายเป็นรายการอันดับหนึ่งในเมืองไทยที่ออกฉายบนยูทูบ ด้วยยอดการรับชมรวมกว่า 750 ล้านครั้ง

จุดเริ่มต้นของ VRZO

ตอนแรกเราเริ่มจากการทำเสื้อผ้ายี่ห้อวีอาร์โซ จนกระทั่งประมาณ 4 ปีที่แล้วผมเกิดความคิดว่าอยากทำรายการออนไลน์ เพราะรู้สึกว่าคนเริ่มมาอยู่บนโลกออนไลน์เยอะขึ้น ตอนนั้นยูทูบเพิ่งเป็นที่รู้จักและยังไม่มีคนไทยไปผลิตรายการอย่างจริงจังในช่องทางนั้น ผมเลยทำรายการออนไลน์โดยใช้ชื่อยี่ห้อเสื้อผ้าของผมเป็นชื่อรายการด้วยเลย รูปแบบรายการก็จะเป็นการ “จ้อไม่ค์” สัมภาษณ์ ความคิดเห็นของวัยรุ่น

ในสังคม 100 คน ซึ่งเป็นรายการที่ยังไม่เคยมีคนทำ มันก็เลยกลายเป็นที่นิยมจากจุดที่เราแคล่องทำอะไรสนุกๆ จนกลายเป็นอาชีพที่จริงจังขึ้นมา เราปรับรูปแบบบริษัทมาเป็นวีอาร์โซ โปรดักชั่น (VRZO Production) รับทำสื่อโฆษณา สื่อออนไลน์ หนังสือ รวมถึงผลิตรายการใหม่ๆ ออกมาเรื่อยๆ

โอกาสที่เห็นบนโลกออนไลน์

สิ่งหนึ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ เราสามารถอัปโหลดวิดีโอได้ฟรี และสามารถผลิตเนื้อหาที่เราชอบได้โดยไม่ต้องรอความเห็นชอบจากเจ้าของสถานี เราเริ่มจากสิ่งที่ชอบแล้วลงมือทำทันที โอกาสก็จะเข้ามาเอง โอกาสมันไม่วิ่งมาหาเราง่ายๆ เราต้องลองก้าวเดินออกไปก่อน

อุปสรรคและความท้าทายที่ผู้ประกอบการบนโลกออนไลน์จะต้องเจอ

ด่านแรกทุกคนต้องเจอกับ “ความไม่รู้” ในกรณีของผมคือเราจะทำรายการอะไร

CONNECT

การระดมทุนออนไลน์ (Crowd Funding)



จักรกฤษณ์ ทัทพชาติโยนิน

ผู้ร่วมก่อตั้ง NE8T CoMaking
Space / NE8T School
of Maker / ทีม Dolphin
(<https://www.facebook.com/ne8t.bkk>)
ติดต่อ โทร. 087 0052020
หรือ charkid@ne8t.com

เพราะเทคโนโลยีดิจิทัลขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวไกลได้มากกว่าที่คิด ปัจจุบันเราจึงได้เห็นกลยุทธ์การพลิกแพลงไอเดียเพื่อเจาะช่องทางทำเงินทั้งในและต่างประเทศ หนึ่งในนั้นคือ Crowd Funding หรือ การระดมเงินทุนจากคนจำนวนมาก (Crowd) ที่สนใจลงทุนในความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เพื่อสนับสนุนให้กลายเป็นธุรกิจจริง ผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ เช่น www.kickstarter.com ซึ่งเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ยอดนิยมในการทำ Crowd Funding ในปัจจุบัน

หลายปีมานี้ ในบ้านเรามีผู้ประกอบการรุ่นใหม่สายซอฟต์แวร์มากมายที่สร้างธุรกิจจากการระดมทุนจากนักลงทุนเอกชน (Venture Capitalists) เช่น ชอปสปอต (ShopSpot)

“แอฟตวัวร์ของชาวชอปออนไลน์” นู่นสวูน (Noonswoon) แอปพลิเคชันหาคู่ วงใน (Wongnai) แอปพลิเคชันแนะนำร้านอาหาร ฯลฯ ทว่าสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาสินค้า หรือนักประดิษฐ์รุ่นใหม่ที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Hardware/Product Startup) ให้ออกสู่ตลาดจริง ยังเป็นเรื่องยากในการขอทุนจากนักลงทุนทั่วไป เนื่องจากกลุ่มสินค้าเชิงฮาร์ดแวร์มีต้นทุนการผลิตสินค้าต้นแบบสูง และยังไม่รู้ว่าสินค้านั้นจะเป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่ สำหรับคนกลุ่มนี้แหล่งระดมทุนแบบ Crowd Funding จึงเป็นทางเลือกใหม่ในการทำความเข้าใจเป็นความจริง

แนวคิดดังกล่าวนำไปสู่การสร้างสถานที่และหลักสูตรในการปั้นคนรุ่นใหม่ให้ “คิดได้ ทำเป็น และขายได้” ภายใต้ชื่อโครงการ เนสท์ สคูล ออฟ เมกเกอร์ (NE8T School of Makers) โดย จักรกฤษณ์ ทัทพชาติโยนิน คนรุ่นใหม่ทีเล็งเห็นว่าภาพรวมอุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ผู้ที่ไม่มีเงินทุนก้อนใหญ่ก็สามารถเป็นเมกเกอร์ (Maker) หรือนักประดิษฐ์อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์ได้ อันเป็นผลจากความก้าวหน้าด้านเครื่องมือ เครื่องมือ รวมถึงช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ตที่ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น

เนสท์ สคูล ออฟ เมกเกอร์ (NE8T School of Makers)

แหล่งบ่มเพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เนสท์ สคูล ออฟ เมกเกอร์ มีจุดเริ่มต้นจากความต้องการช่วยผลักดันให้ความฝันของเหล่าเมกเกอร์เป็นจริง เนื่องจากที่ผ่านมาเมกเกอร์ชาวไทยมีแนวคิดที่ดีแต่ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะขาดความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การวางแผนธุรกิจ การจัดหาแหล่งการผลิตและแหล่งเงินทุน รวมถึงการทำการตลาด เนสท์ จึงทำหน้าที่เป็นเหมือนพี่เลี้ยงคอยชี้แนะแนวทางในฐานะรุ่นพี่ผู้เคยผลิตผลงานมาแล้วหลายโครงการ

คุณจักรกฤษณ์เล่าว่า ปีที่แล้วได้ทดลองทำโครงการเพาะบ่มผู้ประกอบการสายฮาร์ดแวร์ ในนาม สตาร์ทอัพ แฟกทอรี

(Startup Factory) โดยเป็นพี่เลี้ยงให้กับ 2 โครงการ คือ ไดรฟ์บอท (Drivebot) ผู้ช่วยดูแลรถอัจฉริยะ และ ฟาวน์ดอต (Founddot) อุปกรณ์ตามหาของหายหรือคนหาย ส่วนในปีนี้จะปรับรูปแบบเป็น เนสท์ สคูล ออฟ เมกเกอร์ และขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างยิ่งขึ้น โดยเปิดรับคนรุ่นใหม่ที่มีไอเดียแต่ขาดประสบการณ์มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับคนจากต่างสาขาและพัฒนาด้วยกันในรูปแบบ Comaking โดยเริ่มจากศูนย์จนสามารถสร้างผลงานและมีรายได้ (From zero to hardware startup) โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการผลักดันผลงานของเมกเกอร์ไทยให้แจ้งเกิดในระดับโลก

DRIVEBOT

บริษัท ไดรฟ์บอท จำกัด คือหนึ่งในผู้ประกอบการรุ่นใหม่ภายใต้การดูแลของ สตาร์ทอัพ แฟกทอรี (ภายหลังเปลี่ยนเป็น NE8T School of Makers) ที่ต่อยอดมันสมองให้กลายเป็นธุรกิจระดับล้านด้วยการนำเครื่องไดรฟ์บอท (Drivebot) ออกมาเปิดระดมทุนผ่านเว็บไซต์ <https://www.indiegogo.com> โดยใช้เวลาเพียง 6 วัน สามารถระดมทุนได้ตามเป้าหมายที่ 35,000 เหรียญสหรัฐหรือกว่าหนึ่งล้านบาทได้สำเร็จ และปิดโครงการที่ \$120,000 เหรียญสหรัฐ

ไดรฟ์บอท เป็นอุปกรณ์สำหรับติดตั้งบนรถยนต์ และทำงานร่วมกับแอฟพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนผ่านบลูทูธ (Bluetooth) โดยเป็นนวัตกรรมที่ออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้ใช้ที่ไม่มีความเชี่ยวชาญเรื่องรถสามารถเช็คสภาพรถของตัวเองได้ง่ายๆ ด้วยเทคโนโลยีเดียวกับที่ใช้ในศูนย์บริการตรวจสอบสภาพรถ

มาดูกันว่าความสามารถของไดรฟ์บอทมีอะไรบ้าง

- ตรวจสอบสภาพใน 10 วินาที เมื่อรถมีปัญหา อุปกรณ์จะเตือนทันทีผ่านสมาร์ตโฟน พร้อมระบุปัญหา สาเหตุ ระดับความรุนแรง พร้อมคำแนะนำวิธีการซ่อมบำรุงที่ถูกต้อง
- เตือนเมื่อถึงเวลาต้องตรวจเช็คสภาพ ไดรฟ์บอทจะส่งค่าเตือนล่วงหน้า 2 สัปดาห์
- วิเคราะห์การขับขี่ ไดรฟ์บอทให้คำแนะนำวิธีการขับขี่ที่ประหยัดน้ำมัน ประหยัดเวลา และปลอดภัยยิ่งขึ้น

รู้จัก DriveBot เพิ่มเติมที่ <http://drivebot.io/th/>

WEB TV IS COMING

อีกหนึ่งเทรนด์ความบันเทิงที่กำลัง “มา” ในยุคดิจิทัล ได้แก่ “เว็บทีวี” หรือ “อินเทอร์เน็ตทีวี” ซึ่งเป็นช่องทีวีที่ผลิตคอนเทนต์หรือเนื้อหาเพื่อออกอากาศบนอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ฉบับนี้จึงจะพาไปทำความรู้จักกับคอนเทนต์น่าสนใจบนอินเทอร์เน็ตที่คนยุคดิจิทัลไม่ควรพลาด



BeFit มีวิดีโอการออกกำลังกายหลากหลายรูปแบบให้ผู้ชมเลือกตามความชอบและความต้องการ เช่น การออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอ (cardio) โยคะ ไปจนถึงการออกกำลังกายของคุณแม่หลังคลอด เป็นต้น ที่สำคัญที่นี่เป็นแหล่งรวมเทรนเนอร์ชื่อดังระดับโลก อย่าง จิลเลียน ไมเคิลส์ (Jillian Michaels) เดนิส ออสติน (Denise Austin) และ เจน ฟอนดา (Jane Fonda) ที่มาสาธิตการออกกำลังกายแบบต่างๆ สำหรับคนรักสุขภาพทั่วโลก



*ติดตามชมได้ทาง
<http://www.lionsgatebefit.com/>
และ <https://www.youtube.com/user/BeFit>



สถานีอินเทอร์เน็ตทีวีที่เน้นความหลากหลายของเนื้อหาตั้งแต่รายการวิเคราะห์ข่าว ไลฟ์สไตล์ ตลกขำขัน ไปจนถึงรายการสร้างแรงบันดาลใจ โดยมีจุดเด่นอยู่ที่รายการ เจาะข่าวตื่น ที่นำเสนอประเด็นข่าวสาธารณะมาหยิกแหยกได้อย่างมีอารมณ์ขัน ไม่เมพเพลีน รายการสอนแต่งหน้าและแนะนำเคล็ดลับความงามสำหรับผู้หญิง รอบคอบกับจอห์น วิญญู รายการวาระดีทอล์คโชว์ ที่พูดถึงกระแสต่างๆ ในสังคม โดยมีจุดเด่นอยู่ที่การนำเสนอภายใต้รูปแบบที่สนุก เข้าถึงง่าย เหมาะสำหรับวัยรุ่นและกลุ่มคนทำงาน



*รับชมได้ทาง
<http://www.spokedark.tv>
และ YouTube: SpokeDark TV



รายการวาไรตี้ขวัญใจวัยรุ่น เจ้าของวลีฮิต “ขอสามคำ” จากการสัมภาษณ์วัยรุ่น 100 คน ในหัวข้อที่เป็นกระแสสังคมในช่วงเวลานั้น รายการอื่นๆ ในช่อง VRZO ยังรวมถึงรายการ VRZO HUNGRY ซึ่งเป็นรายการทำอาหาร A bit ENG รายการสอนภาษาอังกฤษ TOYศาสตร์ รายการบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับของเล่น เป็นต้น ซึ่งแต่ละรายการเน้นการนำเสนอด้วยสำนวนภาษาและมุกตลกปอกษาโดนใจวัยรุ่น



*ติดตามชมได้ทาง <http://www.vrzo.tv>
และ YouTube: VRZOchannel



เปิดประสบการณ์การเรียนรู้รูปแบบใหม่กับ OKMD TV สถานีกระตุกต่อมคิดออนไลน์ที่สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) จับมือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ชั้นนำ สร้างสรรค์ของรายการใหม่เพื่อถ่ายทอดความรู้ ชี้ออกสื่องานด้านอาชีพ และสร้างแรงบันดาลใจ สำหรับเด็ก เยาวชน ครอบครัว และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยนำอินเทอร์เน็ตมาเป็นสื่อกลางเชื่อมต่อคนรุ่นใหม่ให้สามารถเข้าถึง “แหล่งเรียนรู้” ครอบคลุมทั้ง (Edutainment resources) บนอุปกรณ์สื่อสารอัจฉริยะ (Smart devices) ได้อย่างอิสระเสรี ปราศจากข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ กับรูปแบบการนำเสนอที่มุ่งเน้นการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์และความสนใจของคนรุ่นใหม่ พร้อมเนื้อหาทันสมัยโดนใจคนยุคดิจิทัล



*รับชมได้ทาง <http://www.okmd.tv>
YouTube: OKMD TV และ Google+: OKMD TV

นอกจากนี้ ในโลกออนไลน์ยังมีแหล่งเรียนรู้บนปลายนิ้วที่น่าสนใจสำหรับคนรักการเรียนรู้ อาทิ



OOKBEE

ร้านขายหนังสือดิจิทัลที่รวบรวมหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือต่างๆ ไว้มากมาย รวมถึงโปรโมชั่นโดนใจ

(ใช้บริการได้ที่ www.ookbee.com หรือดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทาง App Store, Google Play และ Windows Store)



ITUNES U

แหล่งความรู้หลากหลายสาขาวิชาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำทั่วโลก อาทิ Yale, MIT, Oxford รวมถึงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทาง App Store)



QUIZUP

แอปพลิเคชันฝึกทักษะภาษาอังกฤษ ให้ผู้เล่นร่วมสนุกตอบคำถามภาษาอังกฤษกว่า 400,000 คำถาม ภายใต้อายุ 550 หัวข้อ กับผู้เล่นอีกกว่า 25 ล้านคนทั่วโลก

(ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทาง App Store และ Google Play)

ช่องรายการที่น่าสนใจใน OKMDTV



IS COMING

IS COMING รายการสำหรับคนรุ่นใหม่และผู้ประกอบการใหม่ มุ่งกระตุ้นความคิดของผู้ชมด้วยการตั้งคำถามว่า “คุณเห็นอะไร” จากแนวโน้มวิถีชีวิตและเทรนด์เศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา พร้อมการชี้ช่องโอกาสทางธุรกิจและอาชีพที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับเทรนด์ดังกล่าว เช่น

ตอน พนักงานจากต่างแดน (EXPAT Is Coming) ปัจจุบันมี EXPAT หรือชาวต่างชาติย้ายเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ พวกเขาเดิน

ทางมาพร้อมกับเม็ดเงินที่จะนำมาใช้จ่ายในประเทศของเรา...คุณมองเห็นโอกาสหรือเปล่า

ตอน สถาปัตยกรรมไม่ย่ำโลก (Green Architecture Is Coming) เทรนด์การสร้างอาคารเขียวกำลัง “มา” ในอนาคตอันใกล้เราจะมีอาคารที่เขียวทั้งภายนอกและภายในมากขึ้น เมื่อมองดูผู้คนที่ใช้ชีวิตในอาคารเหล่านี้...

คุณมองเห็นโอกาสหรือเปล่า



ติดตามชมทางดิจิทัลทีวี ช่อง ONE
ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.30-09.00 น
และ www.okmd.tv



ลองดี Tryout รายการสร้างแรงบันดาลใจสำหรับวัยรุ่น นำเสนอเรื่องราวของเยาวชนที่มีความรู้ ทักษะ ความชอบ ความถนัด และความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ชี้แนะช่องทางการนำสิ่งที่ “ชอบ” มาต่อยอดเป็นอาชีพที่ “ใช่” พร้อมเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ท้าทายตัวเองด้วยการทดลองทำอาชีพในฝัน ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตัวจริงในวงการ เช่น

ตอน เด็กคอสเพลย์ (Cosplay) พบกับสาวน้อยที่นำความคลั่งไคล้ในการแต่งตัวเลียนแบบตัวการ์ตูน (คอสเพลย์) มาเปลี่ยนเป็นงานที่ใช่ นั่นคือ การรับทำชุดคอสเพลย์

ตอน เด็กจักรยาน เอาใจช่วยเด็กหนุ่มที่หลงใหลในเสน่ห์ของรถจักรยาน ซึ่งนำความชอบมาเปลี่ยนเป็นงานที่ใช่ ด้วยการทดลองเรียนรู้งานสร้างจักรยาน หรือ Bike Engineer



ติดตามชมทางดิจิทัลทีวี ช่อง ONE
ทุกวันเสาร์ เวลา 08.30-09.00 น
และ www.okmd.tv

รายการอื่นๆ ที่ไม่ควรพลาดใน



LOCAL WISDOM

รายการที่เน้นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม นำความรู้มาสร้างอาชีพ และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น ชุดความรู้กินได้ ตอนหมากสันทรายขายอัตลักษณ์เส้นทางเห็ดโคนน้อย ธุรกิจ catering ขนมไทย ฯลฯ

BRAIN-BASED LEARNING : BBL

รายการที่เป็นเหมือนคัมภีร์สำหรับพ่อแม่ผู้ปกครอง และครู เกี่ยวกับกระบวนการสื่อและการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมองของเด็ก เช่น รู้จริงต้องลงมือทำ สามเหลี่ยมเตรียมความพร้อม ฯลฯ

*ติดตามชมทางช่องทรูปลูกปัญญา
ทุกวันจันทร์ เวลา 10.00-10.30 น.
และ www.okmd.tv

IDEA SPACE

รวบรวมสาระความรู้จากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของ OKMD เช่น รายการกระตุ้นความคิด ที่รวบรวมเอาผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจและไอเดียใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานมานำเสนอหรือคลิปวิดีโอจากงานมหกรรมความรู้ (Knowledge Festival) และงาน Fast Forward Talk ที่รวบรวมผู้มีชื่อเสียงและมีผลงานโดดเด่นทั้งในและต่างประเทศในแต่ละสาขา มาถ่ายทอดความรู้และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชม

ตัวเลขบอกชีวิต

เดชนันทพนวิทย์ สุดันธรัตน์
(หนานแจ็ก)

ในยุคที่โทรศัพท์มือถือได้กลายเป็นอุปกรณ์ที่อยู่กับเราตลอดเวลา การเลือกเบอร์โทรศัพท์ที่ช่วยเสริมความเป็นสิริมงคลจึงกลายเป็นเทรนด์ใหม่ที่กำลังมาแรงอยู่ในขณะนี้ เรามาทำความรู้จักกับตัวเลขตามหลักโหราศาสตร์ว่าเมื่อตัวเลขต่างๆ มาอยู่ในเบอร์โทรศัพท์ของเราจะส่งผลอย่างไรกับชีวิตของเราบ้าง

วิธีการคือให้พิจารณาเฉพาะตัวเลข 7 ตัวที่เป็นเบอร์โทรศัพท์ของเราจริงๆ ส่วนที่เป็นรหัส 081 082 ฯลฯ ไม่ต้องนำมาพิจารณา โดยดูว่าเบอร์โทรศัพท์ของเรามีตัวเลขอะไรซ้ำกันมากที่สุด ซึ่งผลการทำนายมีดังต่อไปนี้ครับ

เลว 1 ดาวอาทิตย์ - บ่งบอกถึงเกียรติยศ ศักดิ์ศรี มีความโดดเด่น มีความเป็นผู้นำ มั่นใจในตัวเอง หยิ่งทะนง และใจร้อน หมายเลขโทรศัพท์ที่มีเลข 1 เรียงติดกันย่อมมีความโดดเด่นแต่ใจร้อนมุทะลุ

เลว 2 ดาวจันทร์ - บ่งบอกถึงความมีเสน่ห์ มีจิตสวายนาม นุ่มนวล การมีเลข 2 เรียงติดกันแสดงถึงความขำคิด ข่างจินตนาการ อหิยาศัยดี อารมณ์อ่อนไหว ไม่หนักแน่น อาจโดนหลอกหลวงได้ง่าย ควรหาตัวเลขที่บ่งบอกถึงความเข้มแข็งเข้ามาเสริม

เลว 3 ดาวอังคาร - บ่งบอกถึงความกล้าหาญ ขยัน เอาการเอางาน ไม่หยุดนิ่ง การมีเลข 3 เรียงติดกันอาจทำให้พูดตรงจนบางทีดูโผงผาง เจ้าอารมณ์ กล้าได้กล้าเสีย ไม่เหมาะจะใช้ในการติดต่อสื่อสาร หรือเจรจาต่างๆ

เลว 4 ดาวพุธ - บ่งบอกถึงการค้า การเจรจา การคิดการเขียน ความฉลาด การมีเลข 4 เรียงติดกันส่งผลให้เป็นคนช่างเจรจา เหมาะกับการค้าขาย พบปะผู้คน ถ้ามีเลข 4 มากๆ แนะนำให้ใช้เป็นเบอร์สำหรับเจรจาติดต่องาน

เลว 5 ดาวพฤหัสบดี - บ่งบอกถึงสติปัญญาดี เป็นตัวเลขของนักปราชญ์ ครูอาจารย์ การมีเลข 5 เรียงติดกันแสดงถึงความเป็นคุณธรรม มีเมตตา ความซื่อสัตย์ หัวโบราณ เหมาะกับผู้ที่ต้องการแก้ปัญหาเรื่องอารมณ์ร้อน

เลว 6 ดาวศุกร์ - บ่งบอกถึงความต้องการอยู่เสมอ เจ้าความคิด และความอุดมสมบูรณ์ การมีเลข 6 เรียงติดกันแสดงถึงรสนิยมที่ดี มีเสน่ห์ ชีวิตมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งเงินทองและความรัก แต่ควรระวังเรื่องการใช้จ่ายมือเติบ

เลว 7 ดาวเสาร์ - บ่งบอกถึงความเหนื่อยยาก คิดมาก แต่อีกด้านหนึ่งบ่งบอกถึงความอดทน เข้มแข็ง มุมานะ การมีเลข 7 เรียงติดกันอาจมีความเครียด ต้องทำงานหนัก ชีวิตมีแต่อุปสรรค ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

เลว 8 ดาวราหู - บ่งบอกถึงความลุ่มหลงมัวเมา เจ้าชู้ ชอบเสี่ยง และลางสังหรณ์ที่แม่นยำ การมีเลข 8 เรียงติดกันแสดงถึงความใจใหญ่ ใจนักเลง ชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ เหมาะกับคนทำงานกลางคืน ขายเหล้าเบียร์ผับบาร์ หรือทำงานเกี่ยวข้องกับต่างประเทศ

เลว 9 ดาวพฤหัสบดี - บ่งบอกถึงพลังมหัสจรรย์ สัมผัสที่ 6 ความแปลกใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ และโอกาสในต่างแดน การมีเลข 9 เรียงติดกันจึงหมายถึงโอกาสก้าวหน้าโดยเฉพาะในต่างประเทศ มักเกิดเรื่องอัศจรรย์ในชีวิต

เลว 0 ดาวมฤตยู - บ่งบอกถึงอาเพศ โรคภัยไข้เจ็บ เรื่องลึกลับ การเปลี่ยนแปลง และความฮิสเลรี การมีเลข 0 เรียงติดกันส่งผลให้เป็นคนเดาใจได้ยาก แปรกแยกจากสังคม มีโลกส่วนตัวสูง และอาจมีภาวะเครียดได้ง่าย

ลองดูกันนะครับว่าเบอร์โทรศัพท์ที่ใช้อยู่มีความโดดเด่นในเรื่องอะไรและเหมาะกับเราหรือไม่ ขอให้ทุกท่านโชคดีครับ 🍀

เดชนันทพนวิทย์ สุดันธรัตน์
(หนานแจ็ก)

ผู้เชี่ยวชาญด้านโหราศาสตร์โหราศาสตร์
ดูดวง ทำนายและจัดหาเบอร์โทรศัพท์มงคลตามหลักโหราศาสตร์
www.naanjack.blogspot.com และ
FB : เบอร์โทรศัพท์มงคลตามหลักโหราศาสตร์

NEWS & EVENTS

กล้าเขียน กับโครงการ TK Young Writer 2015

■ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (สอ.) เชิญชวนเยาวชนอายุระหว่าง 16-23 ปี เข้าร่วมอบรมเพื่อฝึกฝนทักษะและเสริมสร้างประสบการณ์ด้านการเขียน กับวิทยากรชื่อดัง อาทิ วิภา บูรพาเดชะ (Happening) วุฒิชัย ฤทธิชัย ฤทธิชัย (GM) อ.สกุล บุญยทัต ในวันที่ 29 พฤษภาคม ถึง 1 มิถุนายน 2558 ณ สวนศิลป์ บ้านดิน เจ็ดเสมียน จ.ราชบุรี โดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพียงส่งผลงานเขียนในหัวข้อ “ความกล้าของนักเขียน” พร้อมเขียนแนะนำตัวให้น่าสนใจ ส่งมาที่ writer@tkpark.or.th ตั้งแต่วันนี้ถึง 20 เมษายน 2558 ประกาศรายชื่อผู้เข้าร่วมอบรมในวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 ทาง www.tkpark.or.th สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมโทร. 02-2574300 ต่อ 307

นิทรรศการ “ศิลปหัตถกรรมอันงดงามแห่งโทโฮกุ” (Tohoku)

■ TCDC เชียงใหม่ ร่วมกับ เจแปนฟาวน์เดชั่น กรุงเทพฯ และสถานกงสุลใหญ่ญี่ปุ่น ณ นครเชียงใหม่ เชิญผู้สนใจร่วมชมผลงานศิลปหัตถกรรมอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของภูมิภาคโทโฮกุ ประเทศญี่ปุ่น ที่ถ่ายทอดความวิจิตรงดงามของศิลปะอันเป็นเอกลักษณ์ของโทโฮกุ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ตกผลึกมาจากวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ รวมถึงทักษะฝีมือและความขยันหมั่นเพียรที่พัฒนาขึ้นจากภูมิปัญญาเหล่านั้น เพื่อรำลึกถึงโอกาสครบรอบเหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิที่โทโฮกุ เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2554 โดยจัดแสดงตั้งแต่วันที่ - 30 เมษายน 2558 ณ ห้องนิทรรศการ TCDC เชียงใหม่

“หลงรัก” นิทรรศการประสานอาเซียน

■ มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ เชิญชมนิทรรศการ “หลงรัก” (Gloss, Glitter, and Glamour: Lacquer as the Glue of ASEAN cultures) ที่หยิบยกเรื่องราวของ “วัฒนธรรมรัก” จาก “ต้นรัก” และ “การลงรักปิดทอง” ที่เป็นสิ่งเชื่อมต่อผู้คนในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เข้าด้วยกัน พร้อมเปิดมุมมองใหม่จากความรู้ดั้งเดิมเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ในปัจจุบัน เปิดให้เข้าชมได้ฟรีทุกวัน (ยกเว้นวันจันทร์) ตั้งแต่วันนี้จนถึง 28 มิถุนายนนี้ ระหว่างเวลา 10.00 - 18.00 น. ณ มิวเซียมสยาม (ท่าเตียน) สอบถามเพิ่มเติม โทร. 02-225-2777 หรือ www.facebook.com/museumsiamfan

โครงการประกวดต่อยอดความคิดจากไอเดียสู่สิ่งสร้างสรรค์
(Where Inspiration Begins)

■ ปิดฉากลงไปแล้วสำหรับโครงการประกวดต่อยอดความคิดจากไอเดียสู่สิ่งสร้างสรรค์ (Where Inspiration Begins) โดย OKMD และ OKMD TV สถานีกระตุกต่อมคิด ที่มุ่งสร้างประสบการณ์นอกห้องเรียน เสริมบทเรียนการทำธุรกิจให้แก่เยาวชนผู้ประกวด โดยทีมที่คว้ารางวัลที่ 1 ไปครองได้แก่ ทีม BAZAAR IS COMING กับการสร้างสรรค์แอปพลิเคชันBAZAAR ที่จะช่วยให้การช้อปปิ้งง่ายและสนุกยิ่งขึ้น รางวัลที่ 2 ได้แก่ ทีม The Joint กับสิ่งประดิษฐ์ที่เรียกว่า The Joint : All Just in a Box และรางวัลที่ 3 ได้แก่ ทีมปันด่วน กับแนวคิด “เปลี่ยนการวาดภาพล้อเลียนตามตลาดน้ำ มาเป็นการปั้นเหมือนจริงในเวลาจำกัด” ผู้สนใจสามารถดูผลงานของเยาวชนที่ส่งเข้าประกวดทั้งหมดได้ที่ http://www.okmd.tv/okmd_contest/entries.html

23

ความรู้มหาศาลในโลกไร้พรมแดนใบนี้
จะไม่ มีประโยชน์ใดเลย
หากเราไม่มีความพร้อม
โอกาสดีๆ อาจหลุดลอยไปอย่างน่าเสียดาย

okmd



ช่อง Try Out | ช่อง Is Coming | ช่อง Local Wisdom
 ช่อง Brain-based Learning | ช่อง Idea Space | ช่อง Live

พื้นที่ความคิดสร้างสรรค์ออนไลน์
 อิกนวัตกรรมการถ่ายทอดความรู้จากเทรนด์โลกสู่เทรนด์ไทย

ร่วมสร้างสรรค์ความคิดดีๆ ให้กับสังคมไทยที่
WWW.OKMD.TV