นิตยสารเพื่อพัฒนาความคิด เพิ่มความรู้ สร้างสรรค์ภูมิปัญญา

กระตุกต่อมคิด

Free Copy

OKMD

โอ เค เอ็ม ดี

ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 กรกฎาคม - สิงหาคม 2558

KNOW YOUR TRENDS
KNOW YOUR FUTURE
ISSUE

KNOW YOUR TRENDS KNOW YOUR FUTURE

CONNECTIVITY

DIGITAL AGE

AGING SOCIETY

URBANIZATION

NEW GENERATION

WORLD FRIENDLY

GLOBAL KNOWLEDGE SOCIETY

WOMENOMICS

ISSN 2408-2139

0 977240 821392

แฟชั่น

เทคโนโลยี

ออกแบบ

ภาพยนตร์ & วีดีโอ

อาหาร

แดนซ์ & โชว์

ดนตรี

ศิลปะ

สุขภาพและความงาม

การท่องเที่ยว

DREAM UP นับหนึ่งให้ถึงฝัน

ร่วมชมและเป็นกำลังใจให้

คนฝันไม่

ในรอบ Audition

"Dream Up นับหนึ่งให้ถึงฝัน" เอาฝันมาแลก 100,000
เราจะปั้นความฝันของคุณให้เป็นจริง ด้วยมือของคุณเอง

วันที่ 18 กันยายน 2558

ณ ลานสานฝัน TK park เวลา 09.00 – 17.00 น.

พบกับ

ยุทธนา บุญอ้อม เจ้าพ่อเด็กแนว
ศุ บุญเลี้ยง นักคิด นักสร้างฝัน
ธนา เธียรอัจฉริยะ นักปั้นแบรนด์มือหนึ่ง
ดร.วิเลิศ ภูริวัชร กูรูการตลาดชื่อดัง
ภัทรศรี นิรามัยสกุล แฟชั่นนิสต์-สไตลิสต์ตัวแม่
พาที สารสิน ประธานบริหารมือฉมัง

รับเพียง 40 กำลังใจเท่านั้น!!!

สมัครเลยที่ **www.okmd.or.th/kf4_workshop**
ดูข้อมูลเพิ่มเติมที่ **www.okmd.tv และ facebook.com/dreamup.okmd**

ติดตามการประกาศความฝันในเรียลลิตี้
"Dream up นับหนึ่งให้ถึงฝัน"
ทุกวันอาทิตย์ เวลา 8.30-9.00น.
ทางช่อง ONE เริ่ม 7 พฤศจิกายน 2558

สำนักนายกรัฐมนตรี

okmd

EDITOR'S NOTE

บทบรรณาธิการ อารยะ มาอินทร์
editor@okmd.or.th

เทรนด์โลกกับโอกาสของประเทศไทย

ในโลกที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าและเชื่อมโยงสังคมในทุกระดับ จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่เทรนด์หลักของโลก หรือ Global Mega Trends จะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของคนยุคใหม่ ในเวลาเช่นนี้ใครก็ตามที่มองเห็นเทรนด์ที่กำลัง “มา” หรือสามารถคาดคะเนแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นได้ก่อน ย่อมมีชัยไปกว่าครึ่ง

ภาครัฐของไทยให้ความสำคัญกับการชี้ช่องให้เห็นโอกาส พร้อมองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อให้คนไทยพัฒนาตนเองและงานไปสู่ความสำเร็จในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง ดังเช่น การจัดงานมหกรรมความรู้ ครั้งที่ 4 (OKMD Knowledge Festival 4) ตอน “Know Your Trends, Know Your Future เทรนด์โลกคือโอกาส” ที่ชี้ให้เห็น 8 Global Mega Trends ที่นำไปสู่โอกาสใหม่ๆ ในการสร้างงานและอาชีพของคนไทย

ส่วนในนิตยสาร OKMD เล่มนี้ เราอยากมอบแง่คิดและแรงบันดาลใจจากคนรุ่นใหม่ที่จับเทรนด์มาสร้างอาชีพใหม่ๆ เช่น คุณณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์ ผู้ก่อตั้ง Ookbee อีบุ๊ก คุณนันทภพ รุ่งวัฒนะกิจ ผู้ร่วมก่อตั้ง ARTBOX Bangkok ตลาดนัดตู้คอนเทนเนอร์ หรือ คุณสิรโสมย์ บริสุทธิ์สุวรรณ์ ผู้ร่วมก่อตั้ง U Drink I Drive คุณเมาเราขับให้ ฯลฯ ซึ่งทุกคนมองทะลุถึงเทรนด์และความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ และสามารถสร้างธุรกิจที่ตอบโจทย์ได้อย่างโดนใจ ผลตอบแทนที่ได้คือความสำเร็จมูลค่าร้อยล้านหรือกว่านั้นหากไม่หยุดพัฒนา

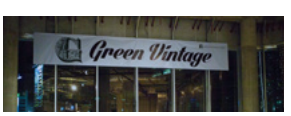
จากนี้ไปเราจะนำท่านไปรู้จัก 3 เทรนด์หลักที่อยู่ใกล้ตัวคนไทยมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น Urbanization การขยายตัวของเมือง New Generation พฤติกรรมแบบคนยุคใหม่ และ Digital Age โลกแห่งยุคดิจิทัล โลกแห่งโอกาส

คุณพร้อมจะเปิดประตูต้อนรับโอกาสนั้นแล้วหรือยังครับ

OKMD In This Issue

FEATURE 4
KNOW YOUR TRENDS, KNOW YOUR FUTURE
เทรนด์โลกคือโอกาส

INSPIRATION 7
จับเทรนด์มาเป็นธุรกิจ
สร้างธุรกิจใหม่จาก
เทรนด์ที่กำลังมา



GLOBAL 10
ส่องกล้องมองเทรนด์มหานครโลก
เมื่อย่านเก่าถูกจับมาแปลงโฉมใหม่ให้ยั่งยืน

KNOWLEDGE 12
“เจ้าพระยา”
จุดปักหมุดของการฟื้นฟู
มหานครกรุงเทพ

FUN FACT 14
แกะรอยฮิปสเตอร์ (HIPSTER) คนแรกของโลก
ฮิปสเตอร์ยุคไหนก็ “แนว” ตลอด

INTERVIEW 15
ณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์
Idol ของหนอนหนังสือดิจิทัล

ธนบูรณ์ สมบูรณ์ 16
CREATIVE MOVE
เคลื่อนโลกด้วยความสร้างสรรค์

CONNECT 17
สตาร์ตอัพธุรกิจ โอกาสสร้างได้อยู่ที่ตัวคุณ
U Drink I Drive คุณเมา เราขับให้ “ติดลม” ครีเอเทอร์สติกเกอร์ (Creator's Sticker) สุดฮิตติดลมบนชีวิตรูปแบบใหม่ใน One Day | Pause & Forward
อาร์ตบ็อกซ์ แบงค็อก (ARTBOX Bangkok) ตลาดนัดเด็ก (ทุก) แนว

REVIEW 20
TOP TRENDS FOR THE WORLD 2015

FORTUNE MAKER 22
คำไหนบ่งบอกถึงเทรนด์ของคุณ

Change
เมืองเปลี่ยน สังคมเปลี่ยน คนเปลี่ยน

ระยะหลังเมืองสำคัญอย่างเชียงใหม่ นครราชสีมา สงขลา ภูเก็ต รวมถึงเมืองปริมณฑล เช่น นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา และนครปฐม ต่างเร่งพัฒนาเมืองให้ก้าวสู่การเป็นสังคมเมืองในแบบเดียวกับกรุงเทพมหานคร ทั้งโครงสร้างพื้นฐาน ระบบขนส่งสาธารณะ การดำเนินชีวิต ธุรกิจสินค้าและบริการ เมื่อเมืองเปลี่ยน สังคม เศรษฐกิจ และไลฟ์สไตล์ของคนย่อมต้องเปลี่ยนตาม ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ทำการศึกษาและสรุปออกมาเป็น 10 เทรนด์การใช้ชีวิตคนเมือง ดังนี้

ชีวิตเรียนรู้ทุกที่ทุกเวลา

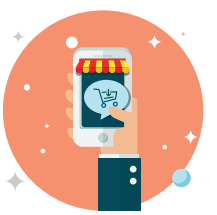
พลังแห่งดิจิทัลทำให้คนยุคใหม่สามารถเรียนรู้ ทำงาน และติดต่อสื่อสารได้ตลอด 24 ช.ม. เช่น การซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Zalora หรือ Lazada และ การศึกษาออนไลน์ ทาง edltv.thai.net หรือ EngVid.com

รางเชื่อมเมือง

การพัฒนาสถานีขนส่งมวลชนทั้งระบบล้อ ราง ทางเดิน เรือ เชื่อมต่อถึงกัน เช่น จุดเชื่อมต่อรถไฟฟ้า และเรือบริเวณสถานีสะพานตากสิน

อิสระแห่งการทำงาน

คนรุ่นใหม่นิยมทำงานออนไลน์ทุกที่ทุกเวลา จึงเกิดธุรกิจใหม่อย่าง Co-Working Space หรือพื้นที่ทำงานให้เช่า เช่น ฮับบา (Hubba) เนสต์ (NE8T) มาดี (Ma:D)



การบริการสาธารณะที่สะดวก

การปรับรูปแบบการบริการเป็น One Stop Service เพิ่มช่องทางด้านธุรกรรมในร้านสะดวกซื้อหรือออนไลน์ เช่น บริการชำระค่าไฟฟ้าที่ร้านสะดวกซื้อ หรือ Grab Taxi แอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่บนสมาร์ทโฟน

อุตสาหกรรมใหม่ที่หลากหลายในใจกลางเมือง

ธุรกิจใหม่ในเมืองจะเน้นการตอบสนองความต้องการและวิถีชีวิตของคนยุคใหม่มากขึ้น เช่น การปลูกผักไร้สารพิษแนวตั้งภายในอาคารอย่าง สยามกรีนสกาย (Siam Green Sky) สวนเกษตรลอยฟ้ากลางสยามสแควร์

บูรณาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

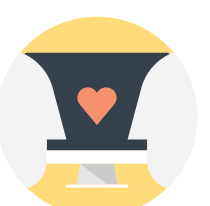
การฟื้นฟูพื้นที่ย่านเก่าสัมผัสวัฒนธรรมในพื้นที่อย่างลึกซึ้ง เช่น บางกระเจ้า และตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

แหล่งพลังงานหลากหลายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ความตื่นตัวในการเป็นสังคมปลอดมลพิษ เกิดเทคโนโลยีใหม่ด้านพลังงานหันมาใช้พลังงานทดแทน เช่น บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ที่หันมาบุกเบิกการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ในหมู่บ้านจัดสรร

การใช้ประโยชน์จากพื้นที่แนวดิ่งบนอาคารสูง

การพัฒนาอาคารเก่าเป็นที่อยู่อาศัยและที่ทำงาน เกิดพื้นที่สาธารณะแนวดิ่ง รูปแบบใหม่เพื่อประหยัดพื้นที่ อาทิ สวนลอยฟ้า ควอเทียร์ วอเตอร์ การ์เดน (Quartier Water Garden) ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ (The EmQuartier)



ความปกติใหม่ของชีวิตคนเมือง

คนยุคใหม่มีวิถีชีวิตและรูปแบบการเข้าสังคมที่ต่างออกไป เกิดเป็นนวัตกรรมเพื่อรองรับสังคมแนวใหม่ เช่น Foodpanda เว็บไซต์สำหรับสั่งอาหารออนไลน์ หรือ BeeTalk แอปพลิเคชันสำหรับสนทนาและค้นหาเพื่อนใหม่ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน

การพัฒนาอย่างทั่วถึง

การพัฒนาที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม เช่น การจัดลิฟท์สำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุที่สถานีรถไฟฟ้า

ที่มา

ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย https://www.facebook.com/Bang-kok250?fref=ts

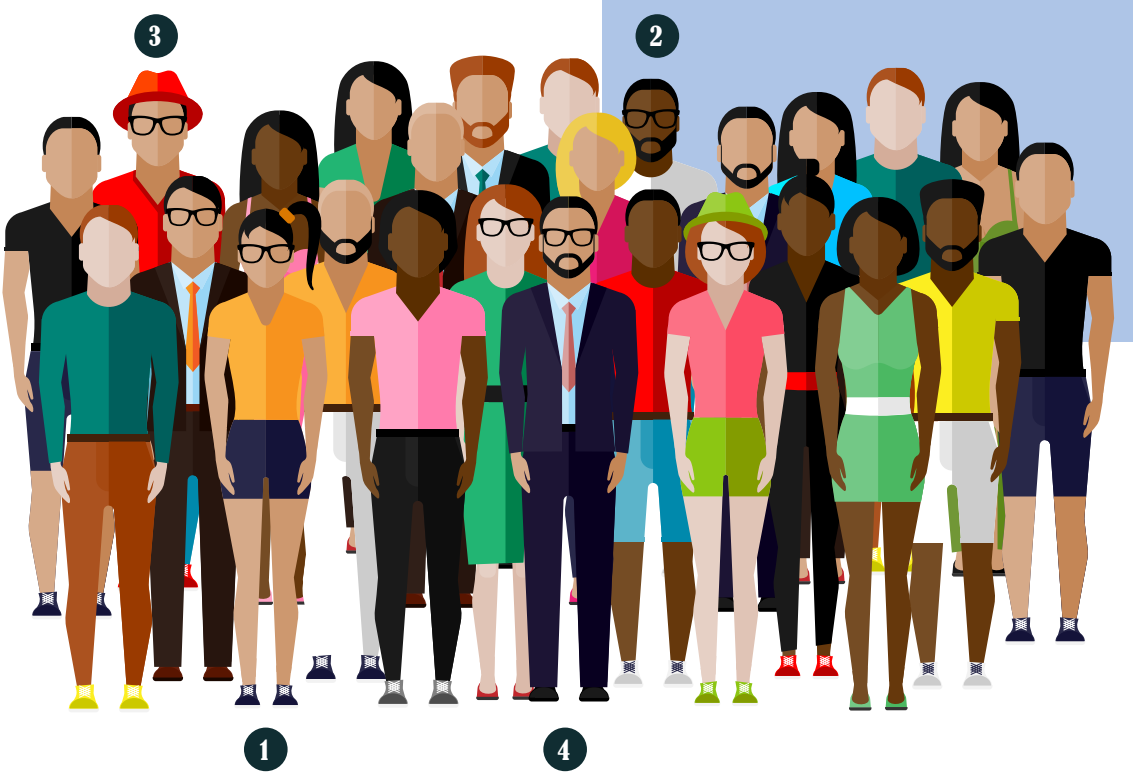
Illustration by Vasabii

KNOW YOUR TRENDS KNOW YOUR FUTURE
เทรนด์โลกคือโอกาส

"ปรับตัว...เมื่อโลกเปลี่ยน"
ทันทีที่โลกหมุนเวียนเปลี่ยนไปตามกระแส ย่อมส่งผลกระทบต่อชีวิตของผู้คนบนโลกอย่างเลี่ยงไม่ได้ เราในฐานะคนรุ่นใหม่ต้องคอยปรับตัวตามสถานการณ์อย่างรู้เท่าทัน ทั้งนวัตกรรมและวิทยาการที่ก้าวล้ำอย่างหยุดไม่อยู่ โครงข่ายทางการสื่อสารที่เชื่อมต่อโลกทั้งใบเข้าด้วยกัน รวมถึงเทรนด์ของคนกลุ่มต่างๆ ที่เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง สิ่งต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้พฤติกรรมของคนยุคดิจิทัลต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินชีวิต ด้วยวิธีคิดที่ไม่ปิดกั้น แต่เปิดกว้างพร้อมสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ให้กับเศรษฐกิจและสังคมต่อไป

เข้าถึง "หัวใจ" คนรุ่นใหม่ สร้างรายได้ไม่ยาก

คนรุ่นใหม่ (New Generation) ในวันนี้มีพฤติกรรม ความคิด การเรียนรู้ การดำเนินชีวิตเป็นตัวของตัวเอง หนทางในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจึงต้องยึดโยงให้เข้ากับพฤติกรรมทางสังคมของคนรุ่นใหม่ที่ใครๆ ก็เป็นได้

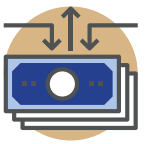


1. **เจน ซี** (Gen C - The Generation Connected) คือ คนที่เสพติดการเชื่อมต่อออนไลน์แทบจะ 24 ชั่วโมง ใช้เวลาอยู่กับเทคโนโลยีต่างๆ พร้อมแชร์ข้อมูลตลอดเวลา ใช้ชีวิตตามแฟชั่น มีความเป็นตัวของตัวเอง
2. **ฮิปสเตอร์** (Hipster) เทรนด์เด็กแนวจากประเทศตะวันตก ใช้ชีวิตช้าๆ มีความคิดอ่านไม่เหมือนใคร หากต้องการรายได้จากกลุ่มฮิปสเตอร์ต้องเปิดร้านกาแฟแนวอาร์ต ขายอาหารคลีน เช่น น้ำหมักผลไม้ จักรยานแนววินเทจ หรือ ต้นกระบองเพชร
3. **ยูซซี่** (Yuccies) หรือ Young Urban Creatives คนเมืองที่มีอิสระทางความคิด รวยได้จากผลงานสร้างสรรค์แปลกแหวกแนว เช่น การเปิดร้านเสื้อผ้ารักษ์สิ่งแวดล้อม ขายแว่นกันแดดจากไม้ไผ่ ที่เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี มีการจัดงานชื่อ "โซนา ตอร์โตนา" (Zona Tortona) เป็นพื้นที่ให้ชาวยูซซี่มาปลดปล่อยความคิดสร้างสรรค์เป็นประจำทุกปี
4. **กลุ่มผู้สูงอายุ** (Aging Society) ส่วนหนึ่งคือกลุ่มที่มีรายได้สูง มีเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี อาทิ บริการที่พักอาศัยที่รองรับกลุ่มผู้สูงอายุ ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในขณะเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ หรือธุรกิจการลงทุนสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการเพิ่มรายได้หลังเกษียณอายุ

Illustration by Maximmmmum

Digital Age
โลกแห่งยุคดิจิทัล โลกแห่งโอกาส

เมื่อดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในของชีวิตประจำวัน คนทุกรุ่น (Generation) หันมาใช้เวลาในโลกออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการเข้ามาของนวัตกรรมใหม่ๆ และเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกที่รวดเร็วและหลากหลายยิ่งขึ้น ทำให้พฤติกรรมของชนชาวดิจิทัลเปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าจับตามอง จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคโดย เอ็นไวโรเซล ไทยแลนด์ (Envirosell Thailand) พบว่า



รวยลัด

คนยุคนี้ใจร้อน ต้องการรวยด้วยตัวเองหรือรวยทางลัด เช่น การเล่นหุ้น หรือเป็นนายตัวเอง

งามภายนอก

กระแสเซลฟี่ปลูกฝังเรื่องความงามจากภายนอกมากขึ้นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม

ไม่พึ่งพา

สิ่งอำนวยความสะดวกทำให้เด็กรุ่นใหม่ทำอะไรด้วยตัวเองมากขึ้น พึ่งพา Google มากกว่าพ่อแม่

ไม่ผูกมัด

การแสดงออกอย่างอิสระเสรีบนโลกออนไลน์ทำให้คนรักอิสระมากขึ้น มุ่งหาประสบการณ์แปลกใหม่

เปิดเผย ชัดเจน อย่าปิดบัง

ทุกวันนี้ข้อมูลหาได้ง่าย สืบได้ง่าย คนยุคนี้เชื่อการรีวิวมากกว่าโฆษณา

อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกัน

การสื่อสารในโลกโซเชียลทำให้คนทั่วโลกมีวัฒนธรรม เทรนด์ ค่านิยม และแฟชั่นเดียวกัน

มีมาตรฐานสูง

ทุกวันนี้ผู้บริโภคมีมาตรฐานที่สูงขึ้น 55% ยอมจ่ายเงินสูงขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการที่ดีขึ้น

ซื้อน้อยแต่ได้เยอะ

การที่สมาร์ทโฟนสามารถทำได้ทุกอย่าง ผู้บริโภคจึงคาดหวังสูงกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ด้วย

ที่มา

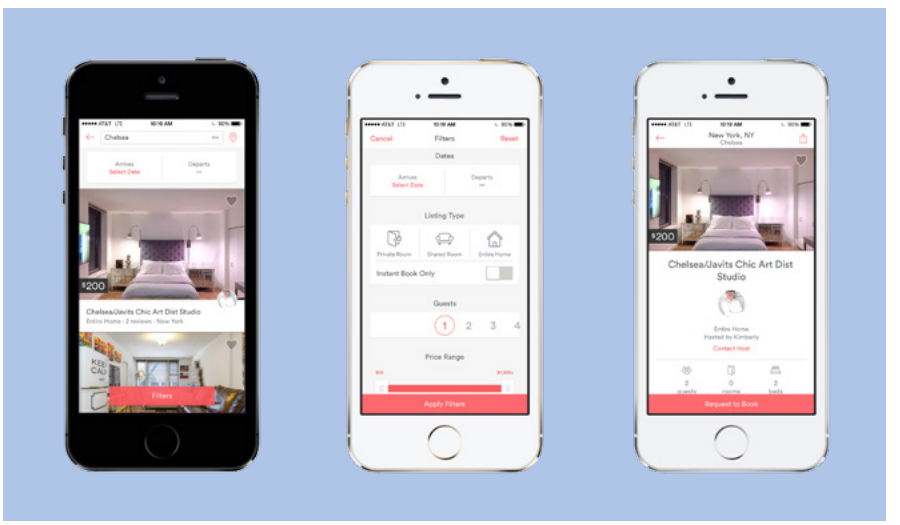
ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล
หนังสือคู่มือการท่องเที่ยวแบบ yuccie ของ สกาย สแกนเนอร์
http://incquity.com/articles/food-truck
http://gmlive.com/post/pQg2XFQ-food-truck-trend--/1
http://marketeer.co.th/2014/12/8-trend/
http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/644517
http://www.facebook.com/SmartGrowthThailand
http://www.marketingoops.com/reports/infographic-reports/genc-infographic/
http://www.nuttaputch.com/generation-c-and-digital-marketing/
http://www.okmd.tv/is-comings/urban-planning-is-coming-full
http://www.prachatai.com/journal/2015/05/59275
http://www.propertytoday.in.th/insight/urbanization-สังคมคนเมือง-ประเทศไทย-2558

Illustration by Bloomua

จับเทรนด์มาเป็นธุรกิจ

การจะเริ่มต้นลงมือทำธุรกิจใดๆ ก็ตาม จำเป็นต้องติดตามข่าวสารจากทุกมุมโลกที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ โซเชียลมีเดีย และพร้อมที่จะเกาะติดเทรนด์ให้ทัน เพื่อสรรหา “โอกาสทอง” ในการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ หรือนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างถูกที่ ถูกเวลา ถูกกลุ่มเป้าหมาย

เรานำ “3 เทรนด์” เด่นในช่วงเวลาที่การสื่อสารไร้พรมแดน มากระตุ้นให้คุณได้เกิดแรงบันดาลใจ ให้สามารถพลิกโอกาสสร้างธุรกิจได้จากเทรนด์เหล่านี้



Airbnb Application

Sharing Economy แบ่งปัน สร้างรายได้

Sharing Economy หรือ ธุรกิจแบ่งปัน คือ การนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาแบ่งปันให้เกิดมูลค่าใหม่ๆ เช่น การประกาศให้เช่าบ้าน เช่ารถ เช่าโรงแรม เช่าสินค้าสุดหรูผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

แอร์บีเอ็นบี (Airbnb ย่อมาจาก AirBed & Breakfast) ธุรกิจนายหน้าบริการจับคู่ให้เจ้าของที่พักมาเจอกับผู้ที่ต้องการเช่าที่พักในวันพักผ่อน หรือแบบระยะยาว ตอนนี้มีให้บริการมากกว่า 1 ล้านห้อง หรือ 34,000 แห่ง กระจายอยู่ตามเมืองต่างๆ ทั่วโลก ปัจจุบันทำรายได้มากถึงสองหมื่นล้านเหรียญสหรัฐ

อูเบอร์ แท็กซี่ (Uber Taxi) ธุรกิจการนำรถยนต์ส่วนตัวมาให้บริการรับ-ส่งหารายได้ผ่านแอปพลิเคชันที่นิยมใช้กันมากโดยเฉพาะตามเมืองใหญ่ทั่วโลก รวมทั้งในกรุงเทพฯ

ปาร์คกิ้ง ดัค (Parking Duck) ศูนย์กลางการจองและให้เช่าที่จอดรถ เพื่อแก้ปัญหาสำหรับคนที่ไม่มีที่จอดรถในเมือง เช่น คนที่มีห้องพักหรือบ้านพักอยู่ในเมือง เมื่อออกไปทำงานที่จอดรถก็ว่าง ผู้ที่ต้องการที่จอดรถในเวลานั้นจึงสามารถขอเช่าพื้นที่ตรงนั้นได้ ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้และแก้ปัญหาการไม่มีที่จอดรถได้เป็นอย่างดี

สยามบอร์โรว์แบ็ก (SiamBorrowBag) ธุรกิจให้เช่ากระเป๋าแบรนด์เนมรายแรกของเมืองไทย สร้างรายได้กว่าแสนบาทในแต่ละเดือน เหมาะอย่างยิ่งสำหรับนักสะสมที่ต้องการต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับของใช้ส่วนตัว โดยอาศัยช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ

ปัจจุบันธุรกิจแบ่งปันกำลังเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยม ตัวอย่างที่เอ่ยถึงน่าจะสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้ลองเขียนแผนการลงทุน เพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไปในอนาคต

Artbox Bangkok

Made By Legacy

Portobello Market

Flea Market...Market Place คนเมือง

"ตลาดนัด" (Flea Market) คือ อีกทางเลือกหนึ่งของพ่อค้าแม่ขายรุ่นใหม่นอกเหนือจากตลาดออนไลน์ เป็นเวทีแสดงสินค้าเพื่อเพิ่มช่องทางการขายสินค้าหรือแสดงผลงาน สินค้าส่วนใหญ่เน้นที่ความสร้างสรรค์และการออกแบบที่โดดเด่นแปลกใหม่ บ้างเป็นของเก่า ของสะสม หรือสินค้าสุขภาพที่กำลังมาแรง ตลาดนัดยุคใหม่นิยมตกแต่งสถานที่ด้วยแนวคิดเก๋ไก๋เพื่อดึงดูดผู้ซื้อรุ่นใหม่ที่นิยม "ช้อป-แชะ-แชร์" โดยมีจุดปักหมุดที่ควรไปเยือน อาทิ

เมด บาย เลกาซี่ (Made by Legacy) ตลาดนัดวินเทจสไตล์อเมริกัน บนชั้น 6 ห้างเซ็นทรัล เอมบาสซี่ เน้นงานสินค้าของสะสมทั้งของใช้ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่ง รวมถึงงานฝีมือ งานศิลปหัตถกรรมร่วมสมัย (Arts & Crafts) โดยคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นนักสะสม ศิลปิน หรือชาวต่างประเทศ ใช้เป็นแหล่งพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจนก่อเกิดเป็นชุมชนเล็กๆ ขึ้นมา

"อาร์ตบ็อกซ์ แบงค็อก" (ARTBOX Bangkok) ผสมผสานความเป็นตลาดนัด และนิทรรศการอย่างลงตัว สร้างความแปลกใหม่ด้วยการนำตู้คอนเทนเนอร์ (Container) เป็นจุดขายที่แตกต่างจากตลาดนัดทั่วไป เพื่อให้พ่อค้าแม่ขายได้มีพื้นที่ปลดปล่อยผลงานความคิดแนวๆ ได้อย่างเต็มที่ โดยใช้พื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงค์ (Airport Rail Link) มักกะสัน จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ตลาดนัดในต่างประเทศ อาทิ **Free Market & Rainbow Market** เมืองฮงแด สาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งเป็นตลาดนัดแสดงผลงานและจำหน่ายสินค้าทำมือ (Hand Made) ของนักศึกษาและคนทั่วไป ส่วนที่ประเทศสิงคโปร์มี MAAD (Market of Artists And Designers) แหล่งรวมสินค้าสร้างสรรค์จากนักออกแบบรุ่นใหม่ ทางฝั่งตะวันตกก็มีตลาดลักษณะนี้เกิดขึ้นมากมายตามเมืองใหญ่ อาทิ **พอร์ทโตเบลโล มาร์เก็ต** (Portobello Market) กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร **บรู๊คลิน ฟลี มาร์เก็ต** (Brookly Flea Market) ในกลางมหานครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา

Aging Society...จับเทรนด์สังคมผู้สูงอายุให้อยู่หมัด

เมื่อตัวเลขจากผลการสำรวจสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ซึ่งมีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ปี 2557 มีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด และในอีก 16 ปีข้างหน้าจะเพิ่มเป็นร้อยละ 25.12 หรือมากถึง 17.74 ล้านคน ใครที่หันมาจับตลาดผู้สูงวัยโดยเฉพาะกลุ่มสตรีวัยเกษียณที่มีทั้งกำลังเงินและเวลาในการเลือกสินค้าและบริการที่ดีต่อคุณภาพชีวิต โอกาสรุ่งมีแน่นอน

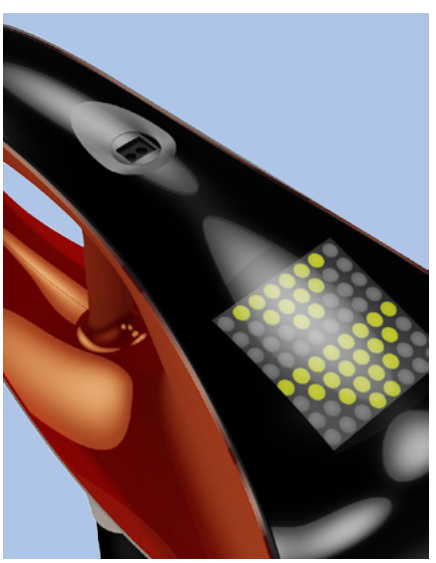
เวลเนสซิตี้ (Wellness City) โครงการพัฒนาที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุวัยเกษียณ และศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ ผู้ป่วยเรื้อรัง และการฟื้นฟูสุขภาพ จ.พระนครศรีอยุธยา ที่เน้นการดูแลผู้สูงอายุให้มีสุขภาพแข็งแรง ในบ้านพักอาศัยที่แวดล้อมด้วยสุขภาวะที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รวมถึงการดูแลอย่างใกล้ชิดจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการฟื้นฟูสุขภาพมาตรฐานระดับโลก

ร้านกาแฟเฟรนไชส์ ยูเอชิมะ (Ueshima) กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ทำตลาดเอาใจผู้สูงอายุ ทั้งทางเดินที่กว้างกว่าปกติเพื่อให้สามารถใช้รถเข็นหรืออุปกรณ์ช่วยเดินได้สะดวก โต๊ะปรับความสูงให้เหมาะกับผู้ชรา เมนูอาหารเขียนด้วยตัวอักษรคันจิขนาดใหญ่เห็นชัดเจน อาหารแต่ละเมนูคัดสรรชนิดที่เคี้ยวง่าย และยังปันพื้นที่บางมุมเพื่อให้ผู้สูงอายุได้ใช้พบปะสังสรรค์กันอีกด้วย

Wellness City

อีกหนึ่งนวัตกรรมสำหรับคนชราคือ **ไม้เท้าอัจฉริยะ** (Smart Walking Stick by Fujitsu) ผลิตโดยบริษัท ฟูจิตสึ จำกัด ที่ติดตั้งเครื่องนำทางในไม้เท้าเพื่อช่วยนำทางผู้สูงอายุที่เริ่มหลงลืมให้ค้นหาเส้นทางกลับบ้านได้อย่างปลอดภัย แถมยังสามารถวัดอัตราการเต้นหัวใจและอุณหภูมิในร่างกาย รวมถึงการติดตามการเคลื่อนไหวของร่างกาย พร้อมส่งอีเมลเตือนไปยังผู้ดูแลหากผู้ใช้ไม้เท้าเกิดสะดุดล้มอีกด้วย

เชื่อเถอะว่า ผู้สูงอายุทุกคนล้วนต้องการความสุขในบั้นปลาย ฉะนั้นใครที่ต้องการเอาใจลูกค้าศักยภาพสูงกลุ่มนี้ หากมองเห็นโอกาสแล้ว ลองสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ความเป็นอยู่ การใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของพวกท่านอย่างยั่งยืน รับรองรุ่งแน่ๆ



Smart Walking Stick by Fujitsu

ที่มา

กรมสุขภาพจิต
ส่อง โอกาส สร้าง อาชีพ: Aging Society – part 2 เสวนา มองเทรนด์เห็นโอกาส
http://incquity.com/articles/sharing-economy
https://www.airbnb.com
http://www.iurban.in.th/review/artbox-bangkok/
http://www.museum.red-dot.sg/maad
http://www.newsletter.ipsr.mahidol.ac.th/index.php/012-11-08-03-49-15/mnu-vol33-n06/91-vol33-no6/145-vol33-no6-issue11.html
http://www.theguardian.com/technology/2013/aug/04/internet-technology-fon-taskrabbit-blablacar
http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-03/02/fujitsu-walking-stick
www.artboxbkk.com
www.freemarket.or.kr
www.rainbowmarket.kr
www.wellnesscity.co.th

ส่องกล้องมองเทรนด์มหานครโลก

ปัจจุบันหลายประเทศหันกลับมาให้ความสำคัญกับพื้นที่ริมน้ำกันมากขึ้น โดยวางแผนจัดการฟื้นฟู อนุรักษ์ ปรับปรุง พัฒนาให้มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมศักยภาพให้เป็นทำเลทองทางเศรษฐกิจ หลังถูกปล่อยทิ้งร้างและลดทอนความสำคัญลง ดังเช่น 3 เมืองสำคัญที่ได้รับการฟื้นฟูผ่านกระบวนการความคิดสร้างสรรค์จนปัจจุบันได้กลายเป็นพื้นที่แห่งความสุขไปเรียบร้อย

โครงการเซาท์ แบงค์ (South Bank) กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร

ในอดีตพื้นที่บริเวณเซาท์ แบงค์ (South Bank) ริมแม่น้ำเทมส์ (Thames) เป็นย่านอุตสาหกรรมที่เคยรุ่งเรืองและเต็มไปด้วยโรงงาน โกดัง และท่าเทียบเรือ แต่เมื่อถูกปิดตัวลง เซาท์ แบงค์ ก็กลายเป็นพื้นที่ทรุดโทรมลงจนไม่เหลือเค้าความรุ่งเรืองในอดีต ด้วยเหตุนี้ภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่อาศัยอยู่ภายในพื้นที่ จึงร่วมกันวางโครงการพัฒนาพลิกฟื้นพื้นที่แห่งนี้ให้กลายเป็นศูนย์กลางธุรกิจ การค้าและการท่องเที่ยวอีกครั้งด้วยโครงการต่างๆ อาทิ การพัฒนาย่านที่อยู่อาศัย คอยน์ สตรีท (Coin Street) ให้เป็นชุมชนน่าอยู่ โดยเปิดพื้นที่เชื่อมต่อทางเดินและสวนสาธารณะริมแม่น้ำ การปรับปรุงโรงงานไฟฟ้าเก่าให้กลายเป็นพิพิธภัณฑ์เทต โมเดิร์น (TATE Modern) ที่รวบรวมผลงานศิลปะร่วมสมัยและศิลปะสมัยใหม่ไว้มากมาย รวมถึงการก่อสร้าง Garden Bridge หรือ สะพานสวนพรรณไม้ข้ามแม่น้ำเทมส์ (Thames) เพื่อให้คนในชุมชนได้ใกล้ชิดธรรมชาติบนสะพานที่เขียวชอุ่มไปด้วยพรรณไม้นานาชนิด พร้อมม้านั่งสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2561

Southbank

Smart grid for UNESCO forest site wins
Erasmus Energy Business Award

โครงการวอเตอร์ฟรอนท์ โตรอนโต (Waterfront Toronto) ประเทศแคนาดา

โตรอนโตเป็นมหานครทางเศรษฐกิจของแคนาดาที่มีศักยภาพ การฟื้นฟูพื้นที่รกร้างเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ประชาชนที่อยู่กันหนาแน่น เป็นอีกหนึ่งภารกิจที่มีผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนจึงร่วมมือกันพัฒนาพื้นที่ริมน้ำระหว่างแม่น้ำคอกซ์เวลล์ (Coxwell) และดาวลิ่ง อเวนิว (Dowling Avenue) ผ่านแผนพัฒนาฟื้นฟูเมืองระยะเวลา 25 ปี ตามแนวคิดสร้าง “มหานครแห่งความสุข” ภายใต้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนบนความสมดุลระหว่างชุมชน พื้นที่ทำงาน และพื้นที่สาธารณะ อาทิ การเชื่อมต่อการเดินทางด้วยระบบล้อ ราง ทางเดิน และจักรยาน การสร้างสวนสาธารณะเชอร์เบิร์น คอมมอน (Sherbourne Common Park) เพื่อรองรับการทำกิจกรรมหลากหลาย รวมถึงเป็นแหล่งฟอกอากาศและบำบัดน้ำของเมือง โครงการนี้ก่อให้เกิดการลงทุนมูลค่า 2.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูงถึง 3.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อทุกโครงการแล้วเสร็จ ผู้คนจะมีงานทำในพื้นที่มากถึง 162,000 ตำแหน่ง เราคงพอมองเห็นความเฟื่องฟูของพื้นที่ริมน้ำแห่งนี้ในอนาคตอันใกล้ ทั้งเม็ดเงินจากการเรียกเก็บภาษีที่ดิน ภาษีเงินได้ และรายได้จากการท่องเที่ยว

โครงการโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ (Smart Grid) และศูนย์กลางธุรกิจด้านสุขภาพ เกาะเชจู สาธารณรัฐเกาหลี

เสน่ห์รอบด้านทั้งหาดทราย สวนสวย ถ้ำหิน และหมู่บ้านโบราณบนเกาะเชจูได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติจากองค์การยูเนสโก (UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) และดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวมากมาย รัฐบาลคาดว่ากระแสไฟฟ้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจะไม่เพียงพอในอนาคต จึงเกิดโครงการ “โครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ” (Smart Grid) ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาบริหารจัดการและควบคุมการผลิต ส่ง และจ่ายพลังงานไฟฟ้า มีการสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานชีวภาพในการผลิตกระแสไฟฟ้าแทนพลังงานจากน้ำมัน พร้อมกระตุ้นให้ประชาชนติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์หรือกังหันลมเพื่อผลิตไฟฟ้าใช้เอง หรือถ้าผลิตได้เกินความต้องการก็สามารถขายกลับคืนสู่รัฐได้

นอกจากนี้ทางภาครัฐยังวางแผนให้เกาะเชจูเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพที่ให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่การตรวจสุขภาพ การค้นคว้าวิจัยด้านสุขภาพ การบำบัดรักษาโรค ไปจนถึงการฟื้นฟูสุขภาพ เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถกลับมาช่วยเหลือตนเองและมีคุณภาพชีวิตใกล้เคียงปกติมากที่สุด โดยนำความอุดมสมบูรณ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและเทคโนโลยีทางการแพทย์เป็นแม่เหล็กดึงดูดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพให้เข้ามาลงทุนบนเกาะ ทั้งนี้ ภาครัฐได้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีที่สุดเพื่อรองรับผู้ป่วยและนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

เห็นได้ว่าการพัฒนาและฟื้นฟูเมืองไม่ใช่การสร้างตึกระฟ้าที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีชั้นยอดเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการนำเอา “เอกลักษณ์ของพื้นที่” มาสร้างเมืองที่มีเสน่ห์สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน โดยจะต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมให้เห็นเป็นรูปธรรม เพราะเมืองที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีนั้น ผู้คน ชุมชน และสิ่งแวดล้อมจะต้องเดินไปข้างหน้าด้วยกัน

Waterfront Toronto

ที่มา

http://www.archdaily.com/449590/sherbourne-common-pfs-studio/
http://www.asla.org/2013awards/107.html
http://www.buildernews.in.th/page.php?a=10&n=146&cno=7059#sthash.QbXPMBgK.dpuf
http://www.energysavingmedia.com/news/page.php?a=10&n=15&cno=6675
http://www.scgexperience.co.th/home-idea/new-home/Sherbourne-Common
www.imtj.com
www.southbankcentre.co.uk
www.tate.org.uk
www.uddc.net
www1.toronto.ca
www2.ftpi.or.th

Illustration by Feelplus

“เจ้าพระยา” จุดปักหมุดของการฟื้นฟูมหานครกรุงเทพ

ทุกประเทศเห็นตรงกันว่าพื้นที่ริมแม่น้ำเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวสูง หลายประเทศจึงเร่งพลิกฟื้นพื้นที่ริมน้ำให้เป็นพื้นที่น่าอยู่อีกครั้ง (ดูรายละเอียดในคอลัมน์ Global) ประเทศไทยก็เช่นกัน เมื่อภาครัฐลงมือปักหมุดพื้นที่สองฟากฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาตาม “โครงการพัฒนาริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา” เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ริมน้ำเจ้าพระยาให้เป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชนได้ใช้ประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน ทั้งการสร้างสวนสาธารณะ พื้นที่สันทนาการ ทางเดินเท้า ทางจักรยาน และถนนเชื่อมต่อถนนสายหลัก รองรับระบบขนส่งมวลชนสาธารณะได้ ทั้งระบบล้อและระบบราง สนับสนุนเส้นทางสัญจรให้แก่ผู้เดินทางริมแม่น้ำเจ้าพระยาให้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหาการบุกรุกลำน้ำและใช้เป็นพนังป้องกันน้ำท่วมในอนาคต

โครงการพัฒนาริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในระยะที่ 1 ใช้งบประมาณ 14,000 ล้านบาท คาดว่าจะแล้วเสร็จในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560 รวมระยะเวลาก่อสร้าง 18 เดือน ก่อให้เกิดโครงการอสังหาริมทรัพย์ และห้างสรรพสินค้ากว่า 30 โครงการ ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจรวม 142,000 ล้านบาท โดยเป็นการผนึกกำลังพัฒนาพื้นที่ริมแม่น้ำตลอดระยะทางยาว 10 กิโลเมตร ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าตื่นตาตื่นใจ ซึ่งจะตอกย้ำให้แม่น้ำเจ้าพระยาและกรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก

เสียงสะท้อนของคนริมน้ำก่อนปักเขต

โครงการฯ ระยะแรกจะเริ่มตั้งแต่สะพานพระราม 7 ถึงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า รวมระยะทาง 14 กิโลเมตร โดยออกแบบเป็นทางเดินติดริมแม่น้ำกว้าง 7 เมตร สวนหย่อมกว้าง 3 เมตร ทางจักรยานกว้าง 3 เมตร ทางเท้าและบันได 2.50 เมตร และส่วนคอนกรีตที่ยื่นลงไปในแม่น้ำข้างละ 20 เมตร ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเรียบร้อยแล้ว แต่ยังมีเสียงสะท้อนจาก “ภาคีพัฒนาริมพื้นที่ริมน้ำเจ้าพระยา”* ในบางประเด็น อาทิ ความสูงของระดับถนนและระดับสันพนังป้องกันน้ำท่วมสูงเกินไป กีดขวางการไหลของน้ำในแม่น้ำและลดทอนความสามารถในการระบายน้ำ เป็นต้น

ส่วน คุณวิชัย ตันตราธิวุฒิ อุปนายกสมาคมสถาปนิกผังเมืองไทย มองว่าการผนวกคันกั้นน้ำกับถนนเลียบริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นการแก้ปัญหาระยะสั้น แต่จะสูญเสียทรัพยากรอย่างมหาศาลในระยะยาว การสร้างถนน 6 ช่องทางจราจรคร่อมบนเขื่อนกั้นน้ำและยื่นถนนไปเหนือแม่น้ำเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า ทำให้สูญเสียที่ดินและภูมิทัศน์ริมน้ำอันมีค่ายิ่งของกรุงเทพมหานครที่ไม่สามารถจะเรียกคืนกลับมาได้

นี่จึงเป็นสิ่งที่ภาครัฐในฐานะเจ้าของพื้นที่จะต้องกลับไปทบทวนแผนงานอย่างมีรูปแบบ รัดกุม ไม่รีบเร่ง แม่นยำ ชัดเจน และโปร่งใส เพื่อการพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ คนเมืองมีความสุข ส่วนภาคเอกชนในฐานะผู้ลงทุนหรือผู้ประกอบการ เช่น ศูนย์การค้า โรงแรม ฯลฯ จะต้องมีส่วนร่วมต่อการสร้างประโยชน์สาธารณะอย่างจริงจัง ทั้งการสร้างพื้นที่สีเขียวให้แก่ประชาชน การเปิดพื้นที่สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เช่น โครงการขายของที่ระลึกฝีมือชุมชน หรือการจัดทัศนาจรล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านริมน้ำเจ้าพระยา เป็นต้น **แต่ท้ายที่สุดแล้ว คนกรุงเทพฯ เองในฐานะเจ้าของประเทศ ก็ต้องร่วมแรงร่วมใจอนุรักษ์แม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลักของไทย เพื่อลูกหลานในอนาคตได้ใช้อย่างยั่งยืน**

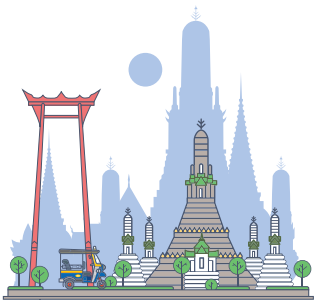
ที่มา

http://www.bangkok.go.th
http://www.realist.co.th/blog/ทางเลียบเจ้าพระยา
TUDA NEWS สมาคมสถาปนิกผังเมืองไทย ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 สิงหาคม – ตุลาคม 2557

“ภาคีพัฒนาริมพื้นที่ริมน้ำเจ้าพระยา” การรวมตัวกันของสถาบันภาคการศึกษาด้านการผังเมือง ประกอบด้วย ผังเมืองจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผังเมืองธรรมศาสตร์ ผังเมืองเกษตรศาสตร์ ผังเมืองศิลปากร และเครือข่ายสถาปนิก นักสิ่งแวดล้อมและชุมชน ได้แก่ มูลนิธิโลกสีเขียว สยามสมาคมในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมโคโมสไทย เครือข่ายศิลปวัฒนธรรมริมน้ำเจ้าพระยา ศูนย์ข้อมูลประวัติศาสตร์ธนบุรี และเครือข่ายภาคประชาชนผู้ได้รับผลกระทบจากโครงการฯ เสนอต่อรัฐบาลให้ทบทวนโครงการพัฒนาริมน้ำระยะแรก

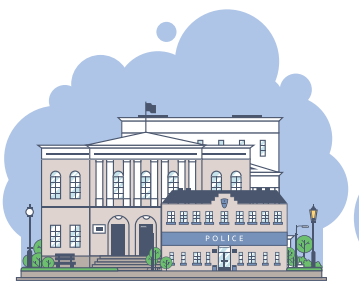
“กรุงเทพฯ 250” กับแผนพลิกฟื้น 8 ย่านสู่เมืองน่าอยู่

ย่านประวัติศาสตร์
ย่านเก่าที่มีมรดกทางวัฒนธรรมหลงเหลืออยู่ เช่น ย่านกะดีจีน-คลองสาน



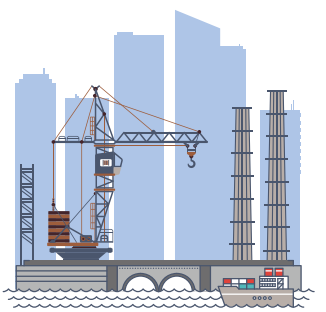
ย่านศูนย์กลางเศรษฐกิจ
ย่านที่มีการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส รวมถึงเชื่อมโยงถนนหรือซอยต่างๆ ให้เดินถึงกันได้ เช่น ย่านปทุมวัน-บางรัก

ย่านศูนย์ราชการ-ที่อยู่อาศัย
ย่านที่มีการปรับระบบการสัญจรให้เชื่อมโยงกันทั้งระบบรถ ราง ทางน้ำ และทางเดินเท้าหรือเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายการสัญจร เช่น ย่านดุสิต-พญาไท ย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ



ย่านอยู่อาศัยทางแนวราบและแนวตั้งผสมผสานกัน
ย่านที่พัฒนาให้เกิดพื้นที่สาธารณะ ทางเดินเท้า ทางจักรยานริมน้ำ พื้นที่นันทนาการ พักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงเป็นพื้นที่รักษาสภาพแวดล้อม ป้องกันภัยพิบัติจากน้ำท่วม และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ เช่น โครงการริมน้ำยานนาวา

ย่านโบฮีเมียน
ย่านเก่าแก่ที่ขับเคลื่อนผ่านกลุ่มคนทำงานด้านศิลปะ การออกแบบ ดนตรี วรรณกรรม และการแสดง เช่น คลองสาน บางลำพู ท่าช้าง มักกะสัน บางขุนพรหม



ย่านต่างชาติพลัดถิ่น
ย่านเก่าที่ได้รับการขับเคลื่อนใหม่โดยชาวต่างชาติที่อพยพมาอาศัยอยู่ในประเทศไทย เช่น พาหุรัด บ้านหม้อ บางรัก วัดกัลยาณมิตร คลองสาน

ย่านอุตสาหกรรมใหม่
ย่านเก่าที่ได้รับการขับเคลื่อนใหม่ด้วยระบบอุตสาหกรรม โดยมีแนวโน้มปรับเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวที่มีระบบการผลิตขนาดเล็ก เช่น ตลาดน้อย เยาวราช หัวลำโพง สารสิน

ย่านอัจฉริยะ
ย่านที่ขับเคลื่อนโดยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบออนไลน์ เช่น คลองถม ถนนตก สะพานปลา ยานนาวา พหลโยธิน อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย

พื้นที่ความสุขริมน้ำของคนกรุงเทพฯ

สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติสะพานพระราม 9 ฝั่งพระนคร ตั้งอยู่เชิงสะพานพระราม 9 ถนนพระรามที่ 3 ฝั่งธนบุรีตั้งอยู่เชิงสะพานพระราม 9 ถนนราษฎร์บูรณะ

สวนนาคราภิรมย์ ตั้งอยู่ติดกับสโมสรข้าราชบริพาร ถนนมหาราช

สวนสันติชัยปราการ บนถนนพระอาทิตย์

สวนหลวงพระราม 8 ตั้งอยู่เชิงสะพานพระราม 8 ฝั่งธนบุรี

Illustration by Stanislav Ratushnyi

แกะรอยฮิปสเตอร์ (Hipster) คนแรกของโลก

ฮิปสเตอร์ (Hipster) เป็นคำที่ใช้เรียกคนกลุ่มหนึ่งที่มีไลฟ์สไตล์โดดเด่นเป็นของตัวเอง แต่คำๆ นี้ไม่ใช่คำศัพท์เกิดใหม่ เพราะพบว่ามีการใช้กันมาตั้งแต่ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 แล้ว โดยในช่วงแรกมีการใช้สลับกันระหว่างคำว่า “Hip” กับคำว่า “Hep” ซึ่งย่อมาจากคำว่า “Hepicat” ซึ่งหมายถึง “ผู้ที่เปิดตาสว่าง” ในภาษาของชาววูลอฟ (Wolof) ที่ใช้อยู่ทางฝั่งตะวันตกของทวีปแอฟริกา เมื่อนำคำว่า “Ster” มาต่อไว้ที่ข้างท้าย ทำให้มีความหมายว่า คนที่เห็นทางสว่าง

คำว่า “ฮิปสเตอร์” เริ่มใช้กันอย่างเป็นทางการครั้งแรกในบทเพลงชื่อ “Handsome Harry, the Hipster” ของนักร้อง นักเปียโน ชื่อ แฮร์รี กิ๊บสัน (Harry Gibson) ในปี ค.ศ. 1944 เพลงนี้ทำให้เขาได้สมญาว่า แฮร์รี่ “เดอะฮิปสเตอร์” กิ๊บสัน (Harry “the Hipster” Gibson) และทำให้เขากลายเป็นฮิปสเตอร์คนแรก โดยเขานิยามความหมายของ “ฮิปสเตอร์” ไว้ว่า “ผู้ชื่นชมในดนตรีแจ๊สอันเร่าร้อน” ซึ่งในยุคนั้นแจ๊สถือเป็นดนตรีขบถเพราะเต็มไปด้วยการด้นสด (Improvise) ซึ่งแตกต่างจากดนตรีคลาสสิค ฮิปสเตอร์ผู้ชื่นชอบดนตรีแจ๊สจึงเป็นตัวแทนของความแปลกแยกออกจากกระแสหลักหรือค่านิยมหลักของสังคม

ปัจจุบัน ฮิปสเตอร์ ไม่ได้หมายถึงคนที่คลั่งไคล้ดนตรีแจ๊สอีกต่อไป แต่เป็นคำที่ใช้อธิบายถึงคนที่ทำตัวแตกต่างจากคนส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนที่เชื่อว่าตัวเองดำเนินชีวิตโดยไม่ไหลไปตามกระแส มีรสนิยมแปลกแตกต่าง มองเรื่องต่างๆ ด้วยมุมมองไม่เหมือนใคร และรู้สึกปลอดภัยเมื่อพบว่าตนเองกำลังเดินอยู่ในวิถีที่แตกต่าง

แล้วคุณล่ะเป็นฮิปสเตอร์หรือเปล่า

ดูหนัง ฟังเพลง
สไตล์ฮิปสเตอร์ไทยยุคใหม่

* ต้องดูหนังที่เก่และห่างไกลจากการเป็นหนังในกระแสหลัก โดยเฉพาะหนังของผู้กำกับ เต๋อ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ เวส แอนเดอร์สัน (Wes Anderson) และหว่องกาไว (Wong Kar Wai)

* อภิชัย ตระกูลเผด็จไกร (เล็ก Greasy Café) โมเดิร์นด็อก (Modern Dog), ตุล อพาร์ตเมนต์คุณป้า, แป้งโกะ จินตนัดดา ลัมะกานนท์ ฯลฯ คือตัวอย่างของศิลปินในดวงใจฮิปสเตอร์ไทย

ที่มา

ฮิปสเตอร์ มาแล้ว...เด็กแนวต้องหลบ กระแสร้อน ในโลกออนไลน์ (2558). สืบค้นจาก http://www.positioningmag.com/content/59207
ศิริพจน์ เหล่ามานะเจริญ (2558). สืบค้นจาก https://www.facebook.com/siripoj.laomanacharoen/posts/1045729848776484

ณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์

Idol ของหนอนหนังสือดิจิทัล

“ณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์” หรือ หมู ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อุ๊กบี จำกัด (Ookbee Co.,Ltd.) นักธุรกิจหนุ่มรุ่นใหม่ที่นำพาธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเติบโตได้ด้วยเงินกำไรก้อนแรกในชีวิตเพียง 400 บาท แต่วันนี้อุ๊กบีได้สยายปีกรุกตลาดภูมิภาคอาเซียน และตั้งเป้าเป็นร้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) และดิจิทัลคอนเทนท์ (Digital Content) ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค

จุดเริ่มต้นของอุ๊กบี

อุ๊กบี เกิดจากการผันคำว่า อีบุ๊ก (E-book) โดยเริ่มแนวคิดสร้างธุรกิจตั้งแต่วันที่ไอแพด (iPad) วางตลาดในสหรัฐอเมริกา เมื่อเดือนพฤษภาคม 2553 พอไอแพดมาถึงเมืองไทยผมคาดว่าใครๆ ก็คงอยากอ่านหนังสือไทยผ่านไอแพด... แต่เปล่าเลย เราทำกำไรได้แค่ 400 บาท จากยอดขาย 2,000 บาท แต่ผมยังเชื่อมั่นว่าเทคโนโลยีจะทำให้พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของคนไทยเปลี่ยนไป และจะทำให้ตลาดดิจิทัลโตขึ้นอย่างแน่นอน ผ่านไป 5-6 เดือน อุ๊กบีก็เริ่มทำกำไร จากพนักงานเพียง 5 คน เมื่อปี 2553 ปัจจุบันมีพนักงานกว่า 200 คน

จุดแข็งของอุ๊กบี

เพราะเราเป็นผู้บุกเบิกตลาดด้านธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นเจ้าแรกในเมืองไทย เราพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) แพลทฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเอาใจหนอนหนังสือให้สามารถอ่านหนังสือผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ หรือ โน้ตบุ๊ก ซึ่งมีราคาถูกสะดวกในการจัดเก็บ ซึ่งตอบโจทย์ลูกค้ารุ่นใหม่ และเรายังได้รวบรวมพันธมิตรทางธุรกิจจากสำนักพิมพ์ ค่ายหนังสือต่างๆ มาอยู่กับอุ๊กบีได้มากที่สุด ทำให้เราสามารถขายหนังสือในราคาที่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไป

อุ๊กบีตะลุยอาเซียน

ผมมองว่าภาพรวมตลาดอีบุ๊กในไทยเติบโตเร็วมาก คาดว่าปีนี้น่าจะมีมูลค่า 300-400 ล้านบาท ขณะที่ตลาดอาเซียนที่เราได้เข้าไปทำตลาดทั้งในมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และอินโดนีเซีย กำลังตามมาติดๆ เมื่อดูจากยอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชันอุ๊กบีที่มีมากกว่า 8.5 ล้านครั้งและเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งตอกย้ำอนาคตตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่บินสูงมากกว่ากระโดดเสียอีก

คำแนะนำจากรุ่นพี่

สำหรับน้องๆ ที่อยากเป็นสตาร์ตอัพ หรือเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ผมขอแนะนำให้ลงมือทำทันที เพราะบางคนมีความคิดสร้างสรรค์แต่ติดตรงที่มีงานประจำทำอยู่แล้ว หรือไลฟ์สไตล์ของเราเองไม่ลงตัว ก็เลยไม่ได้ลงมือทำเสียที ซึ่งทำให้เสียโอกาส นอกจากนี้ ความอึด ความอดทน ความตั้งใจ เป็นองค์ประกอบสำคัญของสตาร์ตอัพ หัวใจหลักคือต้องไม่ยอมล้มเลิก เพราะทันทีที่ล้มเลิก ไม่ทำแล้ว ทุกอย่างก็จบ ตราบใดที่ยังไม่เลิกก็ยังมีโอกาสสำเร็จ

> “ความอึด ความอดทน ความตั้งใจ เป็นองค์ประกอบสำคัญของสตาร์ตอัพ หัวใจหลัก คือต้องไม่ยอมล้มเลิก เพราะทันทีที่ล้มเลิก ไม่ทำแล้ว ทุกอย่างก็จบ ตราบใดที่ยังไม่เลิกก็ยังมีโอกาสสำเร็จ”

Illustration by Brio CG Corporation

“ธนบูรณ์ สมบูรณ์”

เดินหน้ากิจการเพื่อสังคม จิตสาธารณะผ่านโซเชียลมีเดีย

กล่าวกันว่าชีวิตคนเรานั้นย่อมเดินมาถึงจุดเปลี่ยนในวันหนึ่ง เช่นเดียวกับ คุณธนบูรณ์ สมบูรณ์ หรือ เอส อดีตช่างภาพแฟชั่นแถวหน้าของเมืองไทยที่ผันตัวสู่เส้นทางดิจิทัลด้วยการก่อตั้งเครือข่ายออนไลน์ในชื่อ PORTFOLIOS*NET ในปี พ.ศ. 2552 เพื่อรวบรวมผลงานการถ่ายภาพและทัศนศิลป์ฝีมือคนไทยเข้าไว้ด้วยกัน จนมีสมาชิกราวสองหมื่นราย การไปเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยได้กลายเป็นจุดเปลี่ยนที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอันยิ่งใหญ่ นั่นคือ การก่อตั้งครีเอทีฟมูฟ (CreativeMOVE) องค์กรนวัตกรรมสังคมที่นำความคิดสร้างสรรค์มาช่วยขับเคลื่อนปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีชั้นเชิง

มองจุดอ่อนให้เป็นจุดเปลี่ยน คือจุดเริ่มต้นของ CreativeMOVE

จากที่ผมเคยเป็นอาสาสมัครภาคสังคมเมื่อครั้งที่ประเทศไทยเกิดอุทกภัย และได้ทำงานร่วมกับมูลนิธิต่างๆ ผมสังเกตว่าไม่ค่อยมีใครให้การสนับสนุนกิจกรรมของมูลนิธิ ซึ่งอาจเป็นเพราะกิจกรรมที่จัดไม่น่าสนใจและไม่สามารถสร้างแบรนด์ให้กับองค์กรธุรกิจได้ ผมเห็นช่องว่างตรงนี้ จึงก่อตั้งครีเอทีฟมูฟขึ้นในปี 2552 ดำเนินการในรูปแบบของธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ให้บริการด้านการวิจัยและออกแบบพัฒนานวัตกรรมสังคม ทำงานร่วมกับคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสาธารณะ โดยแบ่งปันข้อมูลผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) พินอิท (Pin it) ซึ่งเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสารของคนสมัยใหม่ที่มองหาสิ่งแปลกใหม่ สร้างสรรค์ กระชับ และรวดเร็ว

ขั้นต่อมาผมยังได้ก่อตั้งเครือข่ายครีเอทีฟ ซิติเซน (Creative Citizen) ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาเครือข่ายพลเมืองสร้างสรรค์สังคม ผ่านกระบวนการ DIT: Do It Together ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ได้แก่ สร้างแรงบันดาลใจ สร้างการเรียนรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมที่จะต้องนำมาตกตะกอนความคิดใหม่ให้เกิดขึ้นในสังคมและสิ่งแวดล้อมของไทยอย่างเข้มแข็งต่อไปในอนาคต

ธุรกิจสร้างสรรค์สไตล์ CreativeMOVE

เรานิยามตัวเองว่า “เราทำงานเพื่อช่วยคนให้ช่วยคนได้มากขึ้น” กล่าวคือ เราทำงานให้กับคนหรือองค์กรที่ช่วยเหลือสังคม โดยเราช่วยให้แคมเปญขององค์กรนั้นๆ ประสบความสำเร็จมากขึ้น ผ่านกิจกรรมที่มีความสร้างสรรค์และน่าสนใจ องค์กรนั้นจะได้สามารถช่วยเหลือสังคมได้มากขึ้น เราไม่ได้ช่วยเหลือสังคมโดยตรง แต่เป็นการทำงานเพื่อสนับสนุนองค์กรที่ช่วยเหลือสังคมอีกทีหนึ่ง

สร้างงานไม่กลัวที่จะก้าว

ถามว่ากลัวที่จะเริ่มต้นไหม ผมกลัวแค่ตอนก่อนเริ่มต้น แต่ถ้าเริ่มแล้วต้องดี เราเริ่มแล้ว ถอยหลังไม่ได้ครับ

ก่อนก้าวเป็นเจ้าของธุรกิจ

ทุกท่านต้องมองว่าธุรกิจที่เราจะทำนั้นแตกต่างจากคนอื่นหรือไม่ และมีโอกาสที่จะเติบโตมากน้อยเพียงใด สำหรับกรณีของผม ธุรกิจที่ทำนั้นแตกต่างจากคนอื่น นอกจากนี้ธุรกิจที่จะเติบโตได้ต้องแก้ปัญหาและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้จริง แม้แต่งานภาคสังคมเองต้องมีความคิดที่แตกต่างและสามารถทำประโยชน์ต่อสังคมได้จริง จึงจะเรียกว่าประสบความสำเร็จครับ

* ครีเอทีฟ มูฟ (CreativeMOVE) เป็นองค์กรนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ได้รับคัดเลือกจาก GOOD Magazine ให้เป็น 1 ใน 100 องค์กรผู้นำการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างสร้างสรรค์จากทั่วโลก ในฐานะผู้สร้างศูนย์กลางนวัตกรรม (Innovation Hub Builder) โดยมีตัวแทนจาก 35 ประเทศอยู่ในรายชื่อ (www.good.is/the100) พ.ศ. 2557

Illustration by Brio CG Corporation

สตาร์ตอัพธุรกิจ โอกาสสร้างได้อยู่ที่ตัวคุณ

หลายคนมีความฝันที่อยากจะเป็นเจ้าของธุรกิจสตาร์ตอัพ (Startup) มากกว่าการเป็นพนักงานประจำ แต่การจะลุกออกมาจากที่นั่งตัวเก่า โต๊ะทำงานตัวเดิม ดูจะติดขัด ยุ่งยาก บางคนอาจ “กลัวการล้มเหลว” หลายคนอ้างว่า “ไม่รู้จะเริ่มต้นอย่างไร” เมื่อข้อกังขาในใจกลายเป็นตัวฉุดรั้งให้หลายคนไม่อาจก้าวเดินตามฝัน OKMD Magazine ฉบับนี้จึงจัดการเชื่อมต่อผู้อ่านเข้ากับบรรดาสตาร์ตอัพรุ่นพี่ที่ประสบความสำเร็จไปก่อนหน้านี้ เพื่อปลุกแรงบันดาลใจและจุดไฟในตัวให้ลุกโชนขึ้นอีกครั้ง

U Drink I Drive คุณเมา เราขับให้

คุณสิรโสมย์ บริสุทธิ์สุวรรณ์ หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ยูดริ้งค์ ไอไดรฟ์ จำกัด ธุรกิจบริการพนักงานขับรถรูปแบบใหม่แห่งแรกของประเทศไทย เล่าว่า ยูดริ้งค์ ไอไดรฟ์ (U Drink I Drive) เกิดจากการต่อยอดงานวิจัยเมื่อครั้งยังเป็นนิสิตระดับปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีเป้าหมายเพื่อต้องการลดอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ ด้วยบริการคนขับรถกลับบ้านสำหรับนักดื่มหรือคนที่ไม่ต้องการขับรถเอง โดยมีบริษัท ลีมูซีน เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทบริการรถรับ-ส่งลูกค้าของโรงแรมระดับห้าดาวมาเป็นหุ้นส่วนในการฝึกอบรมพนักงานขับรถ นอกจากนี้ยังนำเทคโนโลยีจีพีเอส (GPS) และกล้องติดตัวพนักงานขับรถเพื่อบันทึกภาพระหว่างการให้บริการส่งกลับมาที่ศูนย์ เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยและคุณภาพการบริการ

“U Drink I Drive ได้รับเสียงตอบรับจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จากยอดรายได้เดือนแรกเพียงหลักพัน จนปัจจุบันมีรายได้เป็นหลักล้าน ซึ่งถือเป็นก้าวหนึ่งของความสำเร็จและเป็นสิ่งที่พวกเราภูมิใจ เรามีฝันและร่วมกันรับผิดชอบในความฝันของเราโดยไม่คิดที่จะล้มเลิกแม้มีปัญหา เพราะเราคิดอยู่แล้วว่า หนทางไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ เราต้องฝ่าฟัน เราต้องเสียหยาดเหงื่อ เมื่อวันนี้เราประสบความสำเร็จ เราทุกคนก็ได้รับความสุขและพร้อมนำสิ่งดีๆ โอกาสใหม่ๆ ให้กับลูกค้าของเราต่อไป”

“ติดลม” ครีเอเทอร์สติกเกอร์ (Creator’s Sticker) สุดฮิตติดลมบน

คุณสัญญา เลิศประเสริฐภากร หรือ “โอ ไซโลสตูดิโอ” (ZyloStudio) ดีไซเนอร์รุ่นใหม่ผู้สร้างสรรค์คาแรกเตอร์ “Tidlom” (ติดลม) ควายหนุ่มตัวดำ ตาหวาน ปลายหางเป็นรูปหัวใจ ที่ได้รับการตอบรับจากผู้ใช้ไลน์ (LINE) เป็นจำนวนมากจนสามารถขึ้นอันดับ 1 ของครีเอเทอร์สติกเกอร์ (Creator’s Sticker) ที่มียอดดาวน์โหลดสูงสุดในปี 2556

“สาเหตุที่ผมเลือกควายติดลมมาทำตลาดทั้งๆ ที่เรามีคาแรกเตอร์อื่นๆ อีกมากมาย เพราะผมและหุ้นส่วนคือ บริษัท อิดิจิ จำกัด (iDIGI Co.,Ltd) ซึ่งเป็นบริษัทดิจิทัลคอนเทนท์ที่เข้ามาช่วยดูแลด้านการตลาด พิจารณาแล้วเห็นว่าควายนั้นสื่อถึงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน จึงน่าจะเจาะตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ดี”

คุณโอแนะนำว่านักออกแบบคาแรกเตอร์ต้องมีความคิดสร้างสรรค์และเป็นนักเล่าเรื่องที่ดี บางคนอาจออกแบบคาแรกเตอร์ที่มีรูปลักษณ์ดีมาก แต่หากไม่สามารถบอกเล่าเรื่องราวของคาแรกเตอร์นั้นได้ คนย่อมไม่รู้สึกรักหรือผูกพันกับคาแรกเตอร์ นอกจากนี้ นักออกแบบจะต้องรู้จักสร้างมูลค่าให้กับงานออกแบบ ซึ่งนับเป็นความโชคดีที่ยุคนี้มีช่องทางการประชาสัมพันธ์มากมาย โดยเฉพาะทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) บล็อก (Blog) ฯลฯ

ชีวิตรูปแบบใหม่ใน One Day | Pause & Forward

คุณยิหวา อรรถเวทยวรวุฒิ ผู้จัดการโครงการ วันเดย์ พอส แอนด์ ฟอร์เวิร์ด (One Day | Pause & Forward) ธุรกิจให้เช่าพื้นที่ทำงานรายชั่วโมง (Co-working Space) และที่พักประเภทโฮสเทล (Hostel) เล่าถึงจุดเริ่มต้นของการสร้างธุรกิจโฮสเทลว่า

“เราสังเกตว่าคนเมืองยุคนี้ไม่อยากเสียเวลากับการเดินทาง หากสามารถทำทุกอย่างในที่เดียว วันเดียว ได้ยิ่งดี จึงเกิดเป็นแนวคิดการสร้างโฮสเทลที่มีทุกอย่างพร้อมทั้งห้องพัก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้องทำงาน ห้องประชุม อินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์สำนักงาน การตั้งชื่อจะต้องจดจำง่าย ความหมายไม่ซับซ้อน เราจึงเลือกชื่อ “วัน เดย์” (One Day) ที่ดูลงตัวตามสโลแกนที่ว่า ONE DAY could possibly change your whole life หมายความว่า เพียงแค่หนึ่งวัน ณ ที่แห่งนี้ก็สามารถเปลี่ยนแปลงชีวิตของคุณได้ เราพร้อมสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คุณ เมื่อมาที่นี่ที่คุณอาจจะได้พบเจอผู้คนหลากหลาย ไลฟ์สไตล์และพบโอกาสใหม่ๆ สำหรับตัวคุณ”

สำหรับผู้ต้องการสร้างธุรกิจใหม่ คุณยิหวาแนะนำว่า “ดิฉันเป็นพนักงานประจำมา 7 ปี และคิดอยากออกมาทำธุรกิจของตัวเองมาโดยตลอด เรารู้ดีว่าจะทำอะไรก็มีความยากด้วยกันทั้งนั้น แต่หากต้องการประสบความสำเร็จ เราต้องมีความตั้งใจก่อนเป็นอันดับแรก จากนั้นใส่ความเป็นตัวเราเองลงไปในธุรกิจนั้นๆ และพร้อมที่จะสร้าง ลุย อดทน และมองไปถึงผลลัพธ์ในอนาคตข้างหน้าเท่านั้น”

อาร์ตบ็อกซ์ แบงค็อก (ARTBOX Bangkok) ตลาดนัดเด็ก(ทุก)แนว

เดิมที คุณนันทภพ รุ่งวัฒนะกิจ หรือ คุณสี่ ผู้ร่วมก่อตั้งตลาดนัดตู้คอนเทนเนอร์อาร์ตบ็อกซ์ แบงค็อก (ARTBOX Bangkok) เป็นเพียงคนหนุ่มที่ศึกษาด้านการบริหารจัดการและมีความสนใจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ แต่เมื่อนำความรู้และความสนใจมาผสมผสานเข้ากับความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นจุดกำเนิดของงานกิจกรรมนอกกรอบในรูปแบบ “Exhibition Market” หรือ การรวมการจัดแสดงงาน (Exhibition) และตลาดนัด (Flea Market) เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้คนกรุงได้มีพื้นที่สำหรับปลดปล่อยความสนใจและความคิดสร้างสรรค์ และยังเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่รายย่อยมีพื้นที่ประชาสัมพันธ์และขายสินค้า โดยจัดขึ้นบริเวณพื้นที่ว่างใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงค์ (Airport Rail Link) มักกะสัน

“จุดเริ่มต้นของผมคือการใช้ปัญญานำ ผมคิดจากว่าหากไม่มีเงินแล้วเราจะทำอะไรได้บ้าง พยายามใช้เงินให้น้อยที่สุดเพราะคุณไม่มีทางรู้ว่าคุณจะล้มเมื่อไร เงินเป็นทรัพยากรที่หมดเร็ว แต่สติปัญญาเป็นสิ่งที่ต่อยอดได้เรื่อยๆ สำหรับผู้ประกอบการใหม่ผมจึงขอแนะนำว่าอย่าใช้เงินนำปัญญา และที่สำคัญคือคุณต้องอึดและอดทน เพราะไม่ว่าคุณจะล้มเหลวมากี่ครั้ง หากคุณอึด วันหนึ่งคุณจะประสบความสำเร็จได้อย่างแข็งแรง”

นี่คือ 4 ธุรกิจใหม่ของ 4 ต้นกล้าคนไทยรุ่นใหม่ที่อาศัยความฝันและความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มต้น และใช้ความกล้า ความอึด และความเป็นนักสู้ เป็นพลังขับเคลื่อนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โอกาสรอคอยอยู่ข้างหน้าแล้ว คุณมองเห็นช่องทางที่จะคว้าโอกาสนั้นไว้หรือยัง

เคล็ด (ไม่) ลับ สตาร์ตอัพธุรกิจยุคใหม่

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การดี เลียวไพโรจน์
กรรมการผู้จัดการ C asean

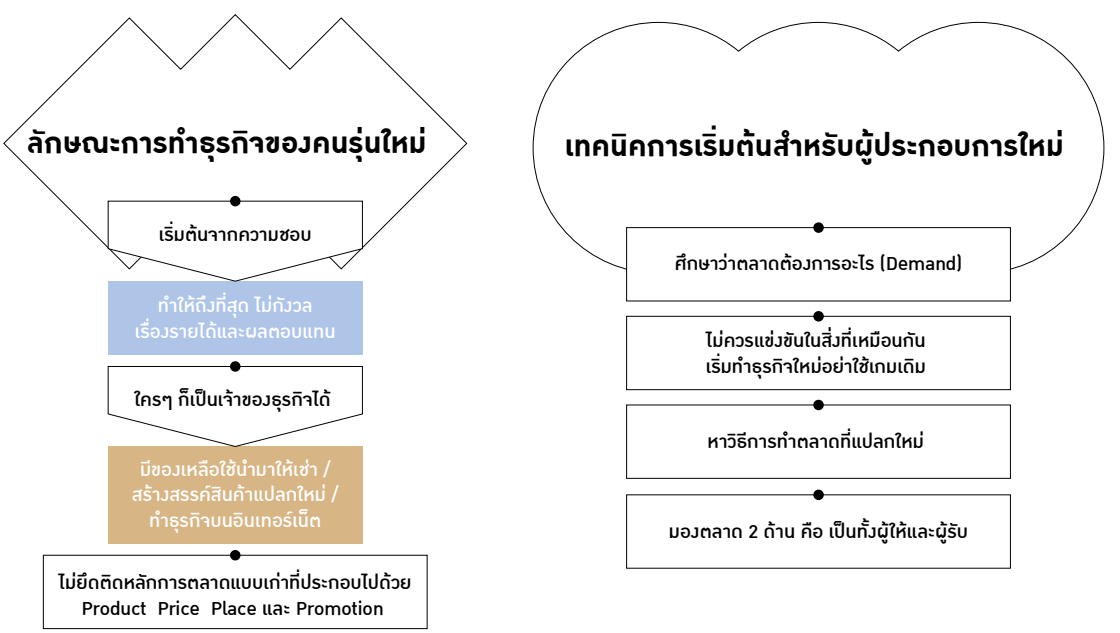
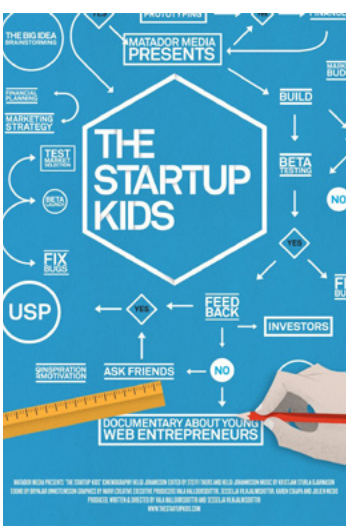


Illustration by Brio CG Corporation

TOP TRENDS FOR THE WORLD 2015

กระแสที่มาแรงอย่าง Urbanization หรือ การขยายตัวของเมือง เติบโตควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีการสื่อสาร และต่อยอดให้คนยุคใหม่สร้างโอกาสใหม่ๆ ให้ตัวเองมากมาย ทั้งด้านธุรกิจและการใช้ชีวิตอันเปี่ยมด้วยเอกลักษณ์ของตัวเอง เราสามารถมองเห็นการเคลื่อนไหวของเทรนด์หลักของโลกที่กำลังมาแรงผ่านภาพยนตร์สารคดี และหนังสือต่อไปนี้ได้อย่างชัดเจน

สารคดี



THE STARTUP KIDS (2012)

Directors: Vala Halldorsdottir, Sesselja Vilhjalmsdottir

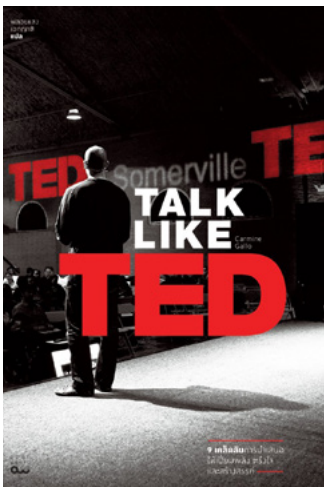
สารคดีที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จากอเมริกาและยุโรป จำนวน 23 คน ที่สร้างธุรกิจระดับปรากฏการณ์ เช่น Vimeo Soundcloud Kiip InDinero และ Dropbox โดยบอกเล่าเรื่องราวการก่อตั้งธุรกิจ แนวคิดการทำงาน และรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งนอกจากจะได้เรียนรู้รูปแบบธุรกิจดิจิทัลแล้ว ยังได้แรงบันดาลใจและแนวคิดเพื่อไปต่อยอดในการทำงาน รวมถึงการสร้างแผนธุรกิจอีกด้วย

URBANIZED (2011)

Director: Gary Hustwit

ท่ามกลางความเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งของเมืองต่างๆ ทั่วโลก การวางแผนที่อยู่อาศัย การวางผังเมือง และคุณภาพชีวิตของคนเมืองจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง สารคดีเรื่องนี้เปิดประเด็นน่าสนใจเกี่ยวกับชีวิตในเมืองใหญ่ เช่น ความสมดุลระหว่างตึกและพื้นที่สีเขียว การวางแผนระบบคมนาคม ฯลฯ ซึ่งช่วยต่อยอดให้เรามองเห็นแนวทางพัฒนาเมืองให้น่าอยู่และเติบโตอย่างยั่งยืนงดงาม

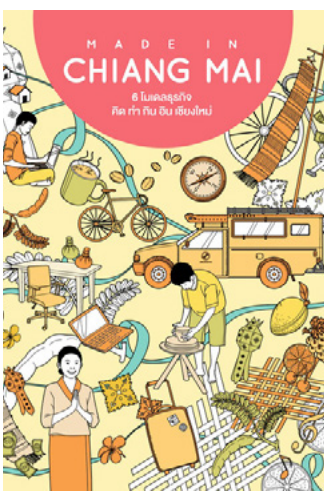
หนังสือ



TALK LIKE TED

เขียน คาร์ไมน์ แกลโล / แปล พลอยแสง เอกญาติ / สำนักพิมพ์ openworlds

คาร์ไมน์ แกลโล วิเคราะห์การนำเสนอแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์บนเวที TED กว่า 500 หัวข้อ และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารระดับโลกมากมาย จนกลั่นกรองออกมาเป็น Talk Like TED กับ 9 เคล็ดลับการนำเสนอให้เปี่ยมพลัง ตรึงใจ และสร้างสรรค์ ดังที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งให้คนอย่าง สตีฟ จอบส์ (Steve Jobs) บิลล์ เกตส์ (Bill Gates) และ สตีเฟน ฮอว์คิง (Steven Hawking) ขึ้นสู่จุดยอดในสายอาชีพ ล้วนมาจากการนำเสนอความคิดได้จับใจผู้ฟังทั้งนั้น ในยุคแห่งการสื่อสารที่ก้าวกระโดดอย่างไม่หยุดยั้ง หนังสือเล่มนี้ถือเป็นหนังสือที่เจาะลึกศาสตร์แห่งการสื่อสารโดยแท้



MADE IN CHIANG MAI

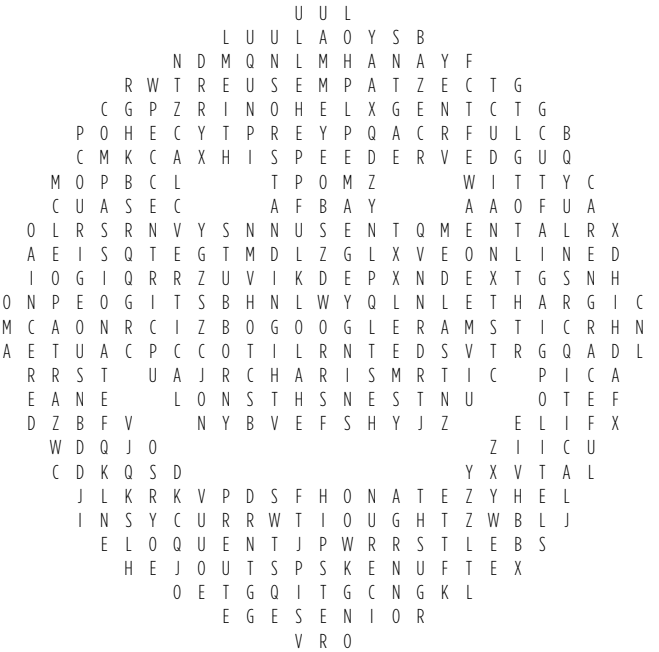
บรรณาธิการ อภิสิทธิ์ ไล่สัตรูไกล / สำนักพิมพ์ TCDC

เชียงใหม่ถือเป็นเมืองที่อธิบายความเป็น Urbanization ได้เป็นอย่างดี เห็นได้จากธุรกิจยุคใหม่ที่ผลิบานอยู่ทุกมุมเมือง โดยหนังสือเล่มนี้ได้หยิบยกเอา 6 ธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น ปันสเปซ (Punspace) ธุรกิจ Co-working Space แห่งใหม่ใจกลางเมืองที่ตอบโจทย์วิถีแห่งบริษัทยุคใหม่ที่ไม่ต้องการสำนักงาน และพื้นที่แห่งการแบ่งปันที่หล่อหลอมไลฟ์สไตล์ใหม่ให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตเดิม หรือ โรงแรมเรือนแทมมารีน (Tamarind Village) ที่ศึกษาความเป็นพื้นที่และวัฒนธรรมอย่างถ่องแท้ และต่อยอดเป็น ‘คัลเจอรัล บูติก โฮเต็ล’ (Cultural Boutique Hotel) ต้นแบบของธุรกิจท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจากแก่นแท้มูลค่าแห่งท้องถิ่น เป็นต้น

เธอ เขา เรา ผม 2 URBANUS COLLECTION

เขียน โตมร ศุขปรีชา / สำนักพิมพ์ Salmon Books

รวมบทความจากคอลัมน์ ‘เธอ เขา เรา ผม’ ของโตมร ศุขปรีชา ที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์เนชั่นสุดสัปดาห์ ที่นำประเด็นด้านสังคม การเมือง วัฒนธรรม และชีวิตประจำวันของคนเมืองมาวิพากษ์อย่างลึกซึ้งทว่าเข้าใจง่ายด้วยชั้นเชิงทางภาษาอันโดดเด่น เรื่องแนะนำ ได้แก่ Generation Walk เปลี่ยนโลกด้วยไลฟ์สไตล์ ค่าของคน-รุ่นของคน เมืองที่ไม่มีฤดูกาล ไม่มีใครเดินถนน วัฒนธรรมมีม เป็นต้น



คำแรกที่หาเจอ คำนั้นบ่งบอกถึงเทรนด์ของคุณ

GOOGLE GLOBAL KNOWLEDGE SOCIETY คุณเป็นคนใฝ่รู้ โลกแห่งการเรียนรู้ของคุณไร้พรมแดน คุณเข้าถึงข้อมูลตลอดเวลา ทันต่อสถานการณ์ และยังรู้จักนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์และสร้างโอกาสใหม่ๆ ในการประกอบอาชีพและธุรกิจ

VERTICAL URBANIZATION คุณเป็นคนเมืองหรือชอบชีวิตแบบคนเมือง ชีวิตที่มีสีสัน แปลกใหม่ ไม่หยุดนิ่ง เป็นวิถีชีวิตในแบบของคุณ

HIPSTER NEW GENERATION คุณเป็นคนทันสมัย เชื่อมั่นในตนเองสูง มีความโดดเด่นเฉพาะตัว คุณสนุกกับแฟชั่น เทรนด์ เทคโนโลยี และวัฒนธรรมใหม่ที่ไม่ตาม “กระแส” ชีวิตติดกรอบไม่ใช่ “ทาง” ของคุณ

REUSE WORLD FRIENDLY คุณเป็นคนเรียบง่าย จริงใจ และเห็นอกเห็นใจ ความสุขของคุณคือการทำสิ่งดีๆ เพื่อตัวเองและผู้อื่น การมีสุขภาพดีและคุณภาพชีวิตที่ดีคือสิ่งที่คุณปรารถนา

ONLINE DIGITAL AGE คุณคือตัวแทนคนยุคใหม่ที่หลงใหลในความทันสมัย รวดเร็ว สะดวกสบาย จนอาจใจร้อนและขาดความอดทนในบางครั้ง คุณอยากประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับ อาชีพและชีวิตอิสระคือชีวิตที่ “ใช่” ในแบบของคุณ

HISPEED CONNECTIVITY คุณมีพลังชีวิตล้นเหลือและไม่ยอมปล่อยเวลาให้เสียเปล่า คุณฉลาดใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและสิ่งรอบตัวเพื่อสร้างโอกาสดีๆ ให้ชีวิต

CLEOPATRA WOMENOMICS (SHECONOMY) คนยุคใหม่ที่เก่งกล้า สามารถ ฉลาด รอบคอบ คุณหาเงินได้และใช้เงินเก่ง แฟชั่น เทคโนโลยี และเทรนด์คือสิ่งที่คุณวิ่งตามโดยไม่ยอมแพ้

SENIOR AGING SOCIETY คุณมีความเป็นผู้ใหญ่ รอบคอบ มองการณ์ไกล จุดอ่อนคือมักมีความกังวลใจอยู่เสมอ คุณเป็นคนช่างเลือกจึงยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อสิ่งที่ดีกว่า

NEWS AND EVENTS

“DREAM UP นับหนึ่งให้ถึงฝัน”

okmd และรายการ “Dream Up นับหนึ่งให้ถึงฝัน” ออกอากาศทางช่อง ONE เชิญชวนเยาวชนระดับอุดมศึกษา อายุไม่เกิน 25 ปี เอาความฝันมาแลกเงินแสน! เพียงมีทักษะ ความชอบ หรือความถนัดใน 10 ด้านต่อไปนี้ Fashion / Technology / Design / Film & Video / Food / Dance & Show / Music / Art / Health & Beauty / Tourism จะมาคนเดียวหรือทีมไม่เกิน 3 คนก็ได้ สมัครโดยส่งวิดีโอแนะนำตัวสั้นๆ เล่าความฝันของคุณ พร้อมประวัติ รูปถ่าย และหมายเลขติดต่อกลับมาที่ dreamup.okmd@gmail.com หมดเขตรับสมัคร 9 กันยายน 2558 ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.facebook.com/dreamup.okmd หรือโทร. 02-669-8324 / 02-669-8304 / 090-880-8981

เวิร์กช็อป “DESIGN THINKING ค้นหาแนวโน้มการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ”

TCDC เชียงใหม่ ชวนผู้ประกอบการรายย่อยที่ทำธุรกิจด้านแฟชั่นและสิ่งทอ รวมถึงนักสร้างสรรค์และนักออกแบบที่มีพื้นฐานด้านการออกแบบและกำลังเริ่มต้นธุรกิจด้านแฟชั่นและสิ่งทอ มาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์กับองค์ความรู้ด้าน “Design Thinking ค้นหาแนวโน้มการออกแบบด้านแฟชั่นและสิ่งทอ” ให้คุณพร้อมรับมือกับเทรนด์และกระแสผู้บริโภคในโลกแฟชั่นยุคใหม่ ในเวิร์กช็อปสุดเข้มข้น “Basic Business Model” วันที่ 23 – 26 กันยายน 2558 เวลา 10.00 – 17.30 น. รับสมัครจำนวน 30 ท่าน สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อคุณอนุวัฒน์ แสงไสว โทร. 052 080 500 ต่อ 333 เวลาทำการ 10.30 – 18.00 น. (ปิดวันจันทร์)

TK PARK ลำปางเปิดให้บริการแล้ว!!

เปิดตัวไปเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2558 สำหรับ ”อุทยานการเรียนรู้นครลำปาง” ซึ่งตั้งอยู่บริเวณตรงข้ามสวนสาธารณะเขลางค์นคร อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เป็นอาคาร 2 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยที่แบ่งสัดส่วนชัดเจน อาทิ มุมเทิดพระเกียรติเจ้าฟ้านักอ่าน ห้องอ้างอิง ห้อง IT บริการคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ห้องสมุดเด็ก Kids Zone มุมนวนิยาย และห้องประชุม โดยมุ่งหวังให้เป็นแหล่งเรียนรู้ประจำท้องถิ่นที่นำเสนอนวัตกรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และนำเสนอองค์ความรู้ทางด้านเนื้อหาสาระต่างๆ ผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ ตลอดจนนิทรรศการและกิจกรรมส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้ของหน่วยงานต่างๆ โดยเปิดให้บริการฟรีทุกวัน ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป ระหว่างเวลา 10.00 – 18.00 น. ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์

นิทรรศการเคลื่อนที่ “มิวเซียมติดล้อ MUSE MOBILE” จ.อุบลราชธานี

มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ ขอเชิญชม “มิวเซียมติดล้อ Muse Mobile” ชุดใหม่ล่าสุด “อัจฉริยภาพตัวตนคนอีสาน” ที่เล่าถึงประวัติศาสตร์ของอีสานผ่านรูปแบบนิทรรศการที่ทันสมัยในตู้คอนเทนเนอร์ขนาดใหญ่ 4 ตู้ ประกอบด้วย ตู้ที่ 1 จังซี่ละอีสาน เล่าถึงภูมิประเทศของภาคอีสาน ตู้ที่ 2 หม่องนี้ดีคัก เล่าถึงอาหารการกินอีสาน ตู้ที่ 3 ฮีตสิบสองคองสิบสี่ เล่าถึงฮีต หรือ จารีตที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนกลายเป็นประเพณีที่ดีงาม และตู้ที่ 4 ออนซอนอีสาน เล่าถึงอีสานในยุคก่อนประวัติศาสตร์ มาสนุกกับอดีต สุดขีดเรื่องปัจจุบัน ตามทันอนาคต ได้ที่ ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาอุบลราชธานี อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ระหว่างวันที่ 21 กรกฎาคม 2558 - 31 ตุลาคม 2558 ทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 08.30 - 16.00 น. ชมฟรี!! สอบถามข้อมูลโทร. 086-054-4590 คุณณัฐฐา โมนะ หรือ www.museumsiam.com | www.facebook.com/museumsiamfan | www.facebook.com/musemobile

About Us

OKMD

OPPORTUNITY
KNOWLEDGE
MANAGEMENT
DEVELOPMENT

กองบรรณาธิการ
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)

บรรณาธิการบริหาร
นายอารยะ มาอินทร์
รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

หัวหน้ากองบรรณาธิการ
นายอภิชาติ ประเสริฐ
ผู้อำนวยการสำนักโครงการและจัดการความรู้

ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ https://www.facebook.com/OKMDmagazine
อีเมล okmdmagazine@gmail.com

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

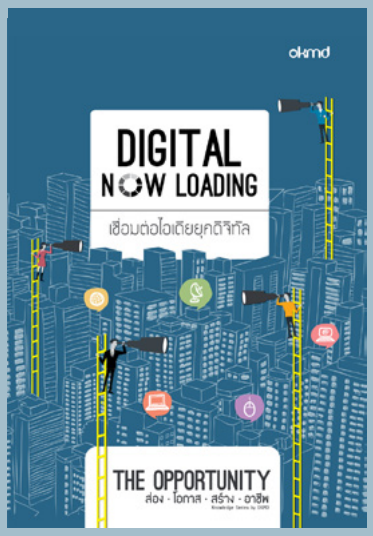
จัดทำโดย
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
69 อาคารวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ชั้น 18-19
ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 02 105 6500 โทรสาร 02 105 6556 www.okmd.or.th

THE OPPORTUNITY
ส่อง · โอกาส · สร้าง · อาชีพ

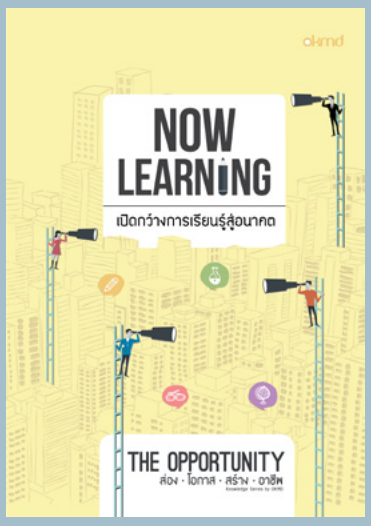
ซีรีส์ความรู้ โดย OKMD

สร้างโอกาสในการทำงานและใช้ชีวิตจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกที่กำลังเกิดขึ้น
เติมเต็มไอเดียสุดเจ๋ง อาชีพโดนใจ จากเทรนด์ที่กำลังมา

NOW AND TREND
จับเทรนด์ให้เป็นงาน



DIGITAL NOW LOADING
เชื่อมต่อไอเดียยุคดิจิทัล



NOW LEARNING
เปิดกว้างการเรียนรู้สู่อนาคต

NOW AGING
ก้าวสู่สังคมสูงวัย
ไอเดียดี โอกาสมา

เติมเต็มความรู้และสร้างแรงบันดาลใจได้แล้ววันนี้ที่
www.okmd.or.th

ติดตามข้อมูลเพิ่มเติม
https://www.facebook.com/TheOpportunitybyOKMD