

THE STANDARD

ISSUE 9 | 11 SEP 2017

THAILAND

THE STREAMING AGE



CONTENTS

VOL. 1 ISSUE 9 | 11 SEPTEMBER 2017



07 GLOBAL CHANGE

ซูเปอร์มาร์เก็ตในเยอรมนีปลดสินค้าต่างชาต้ออก แสดงจุดยืนต่อต้านการเหยียดเชื้อชาติ / 10 ประเทศในแอฟริกาห้ามใช้ถุงพลาสติก

12 IN HISTORY

แคเธอรีน เฮปเบิร์น เปิดตัวครั้งแรกด้วยผลงานละครเวทีที่นิวยอร์ก



35 LIVING

ณ รถไฟฟ้าสถานีสนามกีฬาแห่งชาติ โกดังที่เป็นแหล่งรวมผลงานศิลปะสุดสร้างสรรค์ในนาม YELO House ซ่อนตัวอยู่สุดซอย



THE STREAMING AGE

14 COVER STORY

วัฒนธรรมการเสฟสื่อบันเทิง ทั้งดนตรีและภาพยนตร์เปลี่ยนโฉมหน้าไปอย่างไร เมื่อบริการแบบสตรีมมิงเข้าถึงตัวผู้บริโภคแซงที่สื่อเดิมทำไมได้

16 STREAMING MUSIC, THE FUTURE OF SOUND?

เมื่อเสียงเพลงจากผู้ผลิตส่งตรงถึงหูคนฟังผ่านบริการสตรีมมิง คนในแวดวงดนตรีได้รับผลกระทบและปรับตัวอย่างไรให้อยู่รอด



53 MUSIC

เทย์เลอร์ สวิฟต์ ไม่ปล่อยให้แฟนๆ คิดถึงนาน สาวน้อยมหัศจรรย์แห่งวงการดนตรีกลับมาพร้อมซิงเกิ้ลใหม่และการตลาดแน่นปึกเพื่อเขย่าบัลลังก์วงการเพลงอีกครั้ง

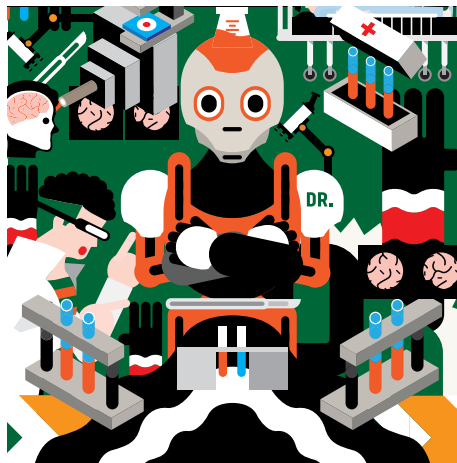
60 PODCAST

เสขสุขทางหูกันให้สุขสมแบบ Multiple Eargasms กับสิงโตน้ำโซค



62 VIDEO

เมื่อมองเห็นช่องโหว่เรื่องสิทธิของคนพิการ สาวน้อยวัยยี่สิบต้นๆ ลูกขึ้นมาจัดตั้งสำนักข่าว thisAble.me ที่นำเสนอแง่มุมเกี่ยวกับคนกลุ่มนี้ให้สังคมได้รับรู้



43 OPINION

หลากทัศนะจากเหล่าคอลัมนิสต์ที่พุกกุ่มมองแตกต่างมานำเสนอแบบสนุกและให้ข้อคิดมากมาย

follow us on



PINK
BY PURE BEAUTY



It's **P**ore perfection
ดูแล 3 ปัญหาหลักของรูขุมขน



การอุดตัน



การสร้าง
เม็ดสี



หย่อนคล้อย
ไม่กระชับ

완벽한 모공 케어

ฟังก์ชัน บายเพียวบิวตี้

ตอบโจทย...

ทุกปัญหาารูขุมขน

พลังแห่งการดูแลลึกถึงรูขุมขนแบบครบวงจร ตั้งแต่การทำความสะอาดจนถึงการปรับสภาพผิว ด้วยคุณค่าสารบำรุงจากธรรมชาติที่ส่งตรงจากประเทศเกาหลี ให้รูขุมขนเล็กลง เรียบเนียน และปลั่งปรายอย่างเป็นธรรมชาติ พลาสมาคุณค่าสารสกัดจากดอกไม้ ช่วยบำรุงผิวให้เลดูปลั่งปลั่งสดใสจากเกาหลี

Made in Korea

shop online at  watsons.cq.th



YESTERDAY ONCE MORE

เมื่อโลกเปลี่ยนมาจนถึงจุดที่เราแทบจำโลกแบบเดิมที่เคยคุ้นไม่ได้ ก็เป็นเรื่องธรรมดาที่เรามักจะอยากหยุดพักแล้วมองย้อนกลับไปข้างหลังเพื่อทบทวนดูเส้นทางที่ผ่านมาและไม่อาจหวนคืนกันบ้างไม่มากก็น้อย อย่างไรก็ตาม มีอยู่หลายเรื่องที่ต้องยอมรับกันอย่างเต็มปากเต็มคำและเต็มหัวใจว่า การเปลี่ยนแปลงได้นำมาซึ่งสิ่งที่เราใฝ่ฝันถึง แต่ขณะเดียวกันมันก็พลัดพราก เปลี่ยนรูป เปลี่ยนรอยสิ่งที่เราเคยมีและเคยเป็นอย่างมากมายเหลือเกิน

ถ้าพูดถึงเพลง วันนี้เรามีสิ่งที่เรียกว่าบริการฟังเพลงแบบสตรีมมิงจากโทรศัพท์มือถือ สิ่งที่เราต้องจ่ายก็คือค่าสมัครสมาชิกเพื่อแลกกับการเข้าถึงคลังเพลงมหาศาลและความสะดวกสบายในแบบที่คนยุคก่อน (ก็ตัวเองนี่แหละ) แทบจะไม่เคยจินตนาการถึงถ้าย้อนกลับไปสมัยผู้เขียนยังเป็นเด็ก ประสบการณ์การฟังเพลงไม่มีความสะดวกสบายแบบนี้เกิดขึ้นแน่ๆ แต่แปลกตรงที่ตัวเองก็ไม่เคยคิดว่าความไม่สะดวกสบายเหล่านั้นคือความลำบากแต่อย่างใด ยกตัวอย่างเช่น เมื่อได้ยินเพลงที่ชอบดังขึ้นในวิทยุก็ต้องคอยตั้งใจฟังว่าดีเจเขาจะพูดชื่อเพลงอะไร (บางครั้งถึงกับนั่งจด) แล้วก็ไปตามหาเพลงที่หาตามแผงเทป วันดีคืนดีจำชื่อเพลงไม่ได้แต่พอจำทำนองได้ ก็ไปยืนอ้อมเพลงให้คนขายฟัง ร้องก็ไม่ค่อยจะถูกคีย์หรอก แต่คนขายก็พอจะเดาได้จากเนื้อเพลง (แต่ในใจคงนึกคำว่านี่ร้องเพลงหรือสวดมนต์ทำวัตรเช้า) เชื่อว่าเด็กรุ่นใหม่ไม่น่าจะต้องเจอเรื่องแบบนี้ เพราะถ้าไม่รู้ชื่อเพลง แอปฯ อย่าง Shazam ก็ช่วยเราได้ พอรู้ชื่อเพลงไปรดแล้ว ก็แค่เข้าไปฟังและโหลดลงเครื่องเป็นอันจบ

สมัยหนึ่ง การซื้อเทปหรือซามมาถึงยุคของการซื้อแผ่นซีดีของศิลปินที่ชอบแล้วมานั่งคลั่งอ่านปกที่พิมพ์เนื้อเพลงไว้ เป็นช่วงเวลาที่เราไม่ยอมให้มันผ่านไป หรือการนั่งฟังวิทยุแล้วลุ้นว่าดีเจจะเปิดเพลงที่ชอบหรือเปล่านั้นก็สนุกจนกลายเป็นคนติดวิทยุชนิดที่ว่ายืน เดิน นั่ง นอน ต้องมีวิทยุไว้ข้างกาย ไม่นับช่วงที่กำลังชอบคนนั้นคนนั้นแล้วต้องมานั่งเลือกเพลงอัดใส่เทปคาสเซตหรือไรตซีดีให้อีกละ นั่นก็เป็นกิจกรรมประจำยุคสมัยที่ไม่ว่าใครก็ต้องเคยผ่านการเลือกเพลง การออกแบบปกแบบทำมือ การลุ้นแบบใจตุ้มๆ ต่อมๆ ว่าคนฟังจะชอบหรือเข้าใจสิ่งที่อยากสื่อสารหรือเปล่านั้นก็พาเอาไม่เป็นอันหลับอันนอน ปานนี้ไม่รู้เทปหรือซีดีเหล่านั้นไปอยู่ที่ไหนแล้ว ผู้คนที่เราเคยอยากให้ฟังเพลงที่เราเลือกให้ก็ห่างหายไปจนคิดว่าไม่รู้ที่อยู่และไม่รู้ที่ไป แต่ตัดกลับมาสมัยนี้ ชอบฟังเพลงไหนอยากให้ใคร ก็กดแชร์ไปได้เดี๋ยวนั้น จะส่งเพลงพร้อมเนื้อเพลงและภาพสวยๆ ก็ยังได้ ทุกอย่างทำได้แคปลายนิ้ว

กล่าวได้ว่า การฟังเพลงจากระบบสตรีมมิงถือเป็นเรื่องที่ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป เราสามารถฟังเพลงได้เดี๋ยวนี้นี้ โดยแทบไม่ต้องผ่านการรอคอย แต่เพลงที่อยู่ในความทรงจำ เพลงที่ไม่สามารถลืมได้ เราก็ยังคงลืมไม่ได้ต่อไป ไม่ว่าจะเทคโนโลยีจะล้ำไปไกลแค่ไหน เพลงเหล่านั้นถือเป็นเพลย์ลิสต์ที่ฝังแน่นในชีวิต ที่แม้ไม่ได้ตั้งใจจะจด ชีวิตก็จัดของมันเอง สิ่งที่เราต้องจ่ายไม่ใช่ค่าสมาชิก แต่เป็นความเจ็บแปลบที่ย้อนฟังได้แต่เพลง แต่ไม่อาจย้อนเวลาและผู้คนในวันก่อนเก่าให้กลับมาได้อีกเลย

"When I was young I'd listen to the radio. Waiting for my favorite song. When they played I'd sing along, It made me smile"

เทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การค้นหาเพลงที่เราอยากฟังไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป เราสามารถฟังเพลงได้เดี๋ยวนี้นี้ โดยแทบไม่ต้องผ่านการรอคอย แต่เพลงที่อยู่ในความทรงจำ เพลงที่ไม่สามารถลืมได้ เราก็ยังคงลืมไม่ได้ต่อไป ไม่ว่าจะเทคโนโลยีจะล้ำไปไกลแค่ไหน เพลงเหล่านั้นถือเป็นเพลย์ลิสต์ที่ฝังแน่นในชีวิต ที่แม้ไม่ได้ตั้งใจจะจด ชีวิตก็จัดของมันเอง สิ่งที่เราต้องจ่ายไม่ใช่ค่าสมาชิก แต่เป็นความเจ็บแปลบที่ย้อนฟังได้แต่เพลง แต่ไม่อาจย้อนเวลาและผู้คนในวันก่อนเก่าให้กลับมาได้อีกเลย



VOL. 1 ISSUE 9
11 SEPTEMBER 2017

วิลารัตน์ เอมเอี่ยม

บรรณาธิการบริหาร
WILAIRAT.A@THESTANDARD.CO

CHIEF EXECUTIVE OFFICER วงศ์กนก ชัยณรงค์สิงห์ **MANAGING DIRECTOR** นิติพัฒน์ สุขสวย **EDITOR-IN-CHIEF** วิลารัตน์ เอมเอี่ยม **EDITOR-IN-CHIEF (CULTURE SECTION)** เจมิสสิ เหลืองศุภกรรณ์ **EDITOR** ยศยอด คลังสมบัติ **WRITER** นิธินาฏ ปุโรภากานนท์ **DESIGN DIRECTOR** วีระยุทธ คงเทศน์ **ART DIRECTOR** อองคนาง วัฒนพานนท์ **SENIOR GRAPHIC DESIGNER** พรวิไล จิวพัฒน์ชา **GRAPHIC DESIGNER** อรณิษฐ์ สุตะเกษม **PROOFREADERS** สราญรัตน์ วิชาเกียรติ, เบนจอร์จ แกวส์ว้าง **MARKETING MANAGER** วิลักษณ์ โฟธิ์ธะกุล **ASSISTANT MARKETING MANAGER** พิมพ์นารา มีฤทธิ์ **CREATIVE MARKETING** ชลธร จารุสุวรรณวงศ์ **MAGAZINE MANAGER** สุรเกตุ เรืองแสงระวี **PRODUCTION** ทศพล บุณยกุล **PHOTOGRAPHERS** บอลตา วงศ์เจริญ, วงศกร ยี่ดวง **ADVERTISING DIRECTOR** ศุภลักษณ์ เลิศกาญจนวัฒน์ **SENIOR ADVERTISING MANAGER** รัชญ์นรินทร์ นิธิพัชรโรจน์ **ADVERTISING MANAGER** ภัทธวี ตั้งวิบูลย์กุล **ASSISTANT ADVERTISING MANAGERS** มาสสุภา เอี่ยมมงคลศิลป์, ภักรรดา พุ่มเจริญ, สุกัญญา แก้วชิงดวง, สุรัตนา นรสปนัทธิพากร **MARKETING COORDINATOR** ศศิมา เหลืองศิริฉาย **DIGITAL MEDIA MANAGER** วิมลวิมล รัชตกนก



THE STANDARD เป็นนิตยสารแจกฟรีรายสัปดาห์ ห้ามจำหน่าย สงวนลิขสิทธิ์ การนำส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดของนิตยสารไปใช้โดยไม่ได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรถือว่ามีความผิดทางกฎหมาย
เจ้าของ บริษัท เดอะสแตนดาร์ด จำกัด เลขที่ 23/100-102 ซอยสุขุมวิท 9 ถนนบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 02 203 1142
แฟกซ์ 02 203 1143 เว็บไซต์ WWW.THESTANDARD.CO ISSN 2586-8586
แยกสี บริษัท คลาสสิกสแกน จำกัด โทรศัพท์ 0 2291 7575 พิมพ์ บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) โทรศัพท์ 0 2551 0533, 44
ภาพถ่าย AFP, SHUTTERSTOCK ฟอนต์ KANIT โดย คัดสรร ดีมาก

พบกับนิตยสาร
THE STANDARD
ได้ทุกวันจันทร์
เวลา 17.00 น.
ที่ สถานีรถไฟฟ้า
BTS 11 สถานี

- SIAM DEN
- CHIT LOM E1
- PHLOEN CHIT E2
- ASOK E4
- PHROM PHONG E5
- VICTORY MONUMENT N3
- ARI N5
- MO CHIT N8
- SALA DAENG S8
- CHONG NONSI S3
- SAPHAN TAKSIN S6

และที่ ร้านกาแฟสตาร์บัคส์
200 สาขาทั่วกรุงเทพฯ



FIND US AT



อ่าน THE STANDARD ออนไลน์ ได้ที่ THESTANDARD.CO





ภาพ AFP

NEWS

INSPIRING STORIES OF GREAT GLOBAL IMPACT

ซูเปอร์มาร์เก็ตในเยอรมนีปลดสินค้าต่างชาติดอก แสดงจุดยืนต่อต้านการเหยียดเชื้อชาติ / 10 ประเทศในแอฟริกาห้ามใช้ถุงพลาสติก

GLOBAL CHANGE

UK

ห้างดังยกเลิกป้าย สินค้าที่ระบุเพศผู้ใช้ เริ่มต้นที่เสื้อผ้าเด็ก

John Lewis ห้างสรรพสินค้าเก่าแก่ของอังกฤษ เคลื่อนไหวเรื่องสิทธิทางเพศครั้งใหญ่ ด้วยการเป็นร้านค้าปลีกเจ้าแรกของประเทศที่ประกาศเอาป้ายระบุเพศสินค้าสำหรับเด็กหญิงและเด็กชายออกจากสินค้าเสื้อผ้าเด็ก เหลือเพียงคำระบุเรียบๆ ว่า Girls & Boys หรือ Boys & Girls มีเพียงเครื่องแบบชุดนักเรียนเท่านั้นที่ยังคงรอการเปลี่ยนแปลง ซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นอีกไม่นาน สำหรับเรื่องสไตส์เสื้อผ้ายังคงเหมือนเดิม ชุดกระโปรงพิมพ์ลายดอกไม้ยังคงมีจำหน่าย และทางห้างจะนำเสนอสินค้าบนแนวคิดที่ไม่ว่าเพศใดก็ได้ นั่นนอกจากนั้นยังเตรียมการปล่อยเสื้อผ้าเด็กแบบยูนิเซ็กซ์ เช่น เดรสพิมพ์ลายโดโนเสาร์ หรือเสื้อลายยานอวกาศ ทั้งหมดนี้ก็เพื่อแสดงจุดยืนว่า John Lewis ไม่ต้องการผลิตซ้ำภาพจำของเพศสภาพใดๆ เช่น เด็กผู้หญิงต้องสีชมพู เด็กผู้ชายต้องสีฟ้า เพราะผู้บริโภคไม่ว่าจะพ่อแม่หรือตัวเด็กต่างก็มีสิทธิเลือกเองว่าพวกเขาต้องการจะสวมใส่อะไร



ภาพ AFP

ภาพ facebook.com/ElBolilloBakeries

USA

ขนมปังเปียมน้ำใจเพื่อเหยื่อเฮอริเคนฮาร์วีย์

ในขณะที่ประชาชนต้องอพยพออกจากบ้านตัวเองเป็นโกลาหล เพื่อให้พันธุรีเฮอริเคนฮาร์วีย์ที่ถล่มรัฐเท็กซัสอย่างรุนแรงที่สุดในรอบ 12 ปี ร้านขนมปังและเบเกอรี่สไตล์เม็กซิกัน El Bolillo Bakery ในเมืองฮูสตันกลับยังอยู่รอดปลอดภัยและไม่โดนตัดกระแสไฟฟ้า เพียงแต่ว่ามีคนงาน 4 คนที่ทำงานกะดึกติดต่อกันอยู่ภายใน กลับบ้านไม่ได้ เพราะระดับบนน้ำถนนข้างนอกสูงและอันตรายเพื่อดับความร้อนเพราะเป็นห่วงครอบครัวของตัวเอง นักอบทั้ง 4 จึงตัดสินใจอบขนมปังเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยแทน กว่าเจ้าของร้านจะหาทางติดต่อคนงานทั้ง 4 คนที่ติดอยู่ภายในได้ พวกเขาถือขนมปังกันข้ามวันข้ามคืนจนไม่ทันได้นับว่าได้ทั้งหมดกี่แถว หนุ่มๆ รู้เพียงแต่ว่าใช้แป้งไปเกือบ 2,000 กิโลกรัมเลยทีเดียว ขนมปังของพวกเขาถูกกล้าเสี่ยงไปยังศูนย์พักพิงฉุกเฉินอีกฟากหนึ่งของเมือง และผู้ประสบภัยก็ได้อิ่มท้องจากขนมปังดำรับเม็กซิกันสมความตั้งใจคนทำในชั่วโมงแห่งความทุกข์ร้อนเช่นนี้ น้ำใจระหว่างเพื่อนมนุษย์เป็นสิ่งที่ทรงพลังและงดงามเสมอ

MOST READ ON THE STANDARD.CO

1. ซีเคมส์ 2017 เจ้าภาพมาเลเซีย แคไม่พร้อมหรือตั้งใจโกง **ดิษยุตม์ สนบุญชัย**
2. เงินเดือนเท่าไรถึงจะพอใช้ในเมืองกรุง? หนทางเอาตัวรอดกับมนุษย์เงินเดือนควรอ่าน **เอกภา USS ลือ**
3. กำไรอูเบอร์ในญี่ปุ่นไม่ได้รับความนิยม บกเขียนที่แก๊กซีไทยต้องอ่าน! **Katto Panarat**
4. อะไรคือทางรอดของคนและธุรกิจดิจิทัล บกสรุปจากงาน DAAT DAY 2017 **วชิรวิชญ์ กิติชาติพรพัฒน์**



ภาพ dezeen.com

NETHERLANDS

เปิดตัวลานจอดจักรยานที่ใหญ่ที่สุดในโลก

ชาวดัตช์เป็นชาติหนึ่งที่ใช้จักรยานสัญจรมากที่สุดในโลก และในปลายเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา เนเธอร์แลนด์ เปิดตัวลานจอดจักรยานที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่อยู่ใต้สถานีรถไฟในเมืองยูเทรกต์ พื้นที่ทั้งหมดออกแบบโดยบริษัท Ector Hoogstad Architecten นี้เป็นระยะแรกของโครงการที่จอดจักรยานใต้ดิน 3 ชั้นสำหรับจักรยาน 6,000 คัน โดยในอีก 2-3 เดือนถัดไป จะมีพื้นที่จอดเพิ่มอีก 1,800 คัน และเมื่อถึงปลายปี 2018 พื้นที่ทั้งหมดจะเพิ่มเป็น 17,100 ตารางเมตร และรองรับจักรยานได้ทั้งหมด 12,500 คัน เมื่อถึงตอนนั้นที่นี่จะเป็นที่จอดจักรยานที่ใหญ่ที่สุดในโลก เอาชนะแชมป์เก่าในปัจจุบันคือ ลานจอดที่สถานีรถไฟคันไซในกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งรองรับได้ 9,400 คัน

CHINA

**จีนวางแผน
เป็นผู้นำด้าน
การปฏิวัติการ
ใช้พลังงาน
สะอาด**



ภาพ AFP

ด้วยพื้นที่มหาศาลและปริมาณประชากรหนาแน่น ประเทศจีนจึงให้ความสำคัญในเรื่องการผลิตพลังงาน เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานของคนในประเทศ จึงไม่น่าแปลกใจที่จีนวางแผนใหญ่ที่จะปฏิวัติการใช้พลังงานไปเป็นการใช้พลังงานทดแทน หรือพลังงานที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ โดยโครงการนี้ใช้เงินลงทุนไปมากถึง 3,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อให้ทุกอย่างเสร็จสิ้นภายในปี 2020 กล่าวได้ว่า จีนเป็นประเทศผู้นำในการปฏิวัติการใช้พลังงานเลยก็ว่าได้ เพราะหลายคนอาจยังไม่ทราบว่าจีนเป็นผู้ผลิตพลังงานแสงอาทิตย์รายใหญ่ที่สุดในโลก เฉพาะในปี 2016 ที่ผ่านมามีจีนก็ผลิตเพิ่มขึ้นได้เป็น 2 เท่าแล้ว ส่วนพลังงานลม เฉพาะในปี 2015 จีนก็ติดตั้งกังหันลมมากกว่าสหรัฐอเมริกา เยอรมนี และอินเดีย ติดตั้งรวมกัน นอกจากนี้ จีนยังเป็นประเทศที่มีฐานการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานน้ำที่ใหญ่ที่สุดในโลกด้วยที่สำคัญ บรรดารถยนต์ไฟฟ้าที่ฮิตกันอยู่ทุกวันนี้ก็ถูกส่งมาจากจีนมากที่สุดในโลก ส่วนที่ใครๆ ตั้งคำถามเกี่ยวกับโรงไฟฟ้าถ่านหินที่สร้างมลพิษอยู่นั้น ทางกรีนก็ไต่ถามการผลิตไปแล้วมากกว่า 100 โรงงาน แม้ว่าตอนนี้จีนจะได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่ปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์มากที่สุดในโลก แต่จีนก็มีความพยายามอย่างยิ่งที่จะกลายเป็นประเทศที่คิดค้นเทคโนโลยีเพื่อสร้างพลังงานสีเขียวให้มากขึ้นเช่นกัน

USA

**สตาร์ทอัพรุ่นใหม่
เพาะเลี้ยงเนื้อสัตว์
ในห้องทดลอง ตอบโจทย์
เรื่องอาหารและสุขภาพ**



ภาพ Facebook.com/memphis.meats

clean meat หรือ planted meat คือการเพาะปลูกเนื้อสัตว์ในห้องทดลองด้วยการเติมสารอาหารเข้าไปในเซลล์ของสัตว์ที่สกัดมาโดยเฉพาะ ปัจจุบันมีสตาร์ทอัพที่หันมาสนใจเทคโนโลยีที่สร้าง clean meat มากขึ้น เช่น Beyond Meat ก็ถึงขนาดทำเนื้อสัตว์เอาใจคนรับประทานมังสวิรัต ส่วน Memphis Meats ก็สามารถผลิตเนื้อวัว ไก่ หมู ได้สำเร็จ โดยไม่ต้องมีการเลี้ยงสัตว์จริงๆ และสามารถใช้น้ำน้อยกว่าการทำอาหารได้หลากหลายเมนู สตาร์ทอัพแห่งอนาคตแบบนี้เตะตานักลงทุนยิ่งนัก ล่าสุด บิล เกตส์ และ ริชาร์ด แบรนสัน ก็สนใจร่วมลงทุนไปแล้ว

5. หัวรุนแรง เรียกร้องแต่เสรีภาพ? ถกความคิดเด็ก รัฐศาสตร์ มธ. เมื่อถูกมองจากสังคม (ไทย) **สนกร วงษ์ปัญญา, กิตติชิต ธิศผดุงพงศ์**

6. 'ชัชชาติ-พิชัย-พงษ์เทพ' ส.ส. เพื่อไทย เขยริใครนำ WSSC หลังตั้งหนึ่ง 'สุดารัตน์' ออกตัวปฏิเสธ **พลวุฒิ สงสกุล**

7. GRAMMY ขาดทุนตรงไหน? มองอนาคตสื่อบันเทิงไทย หลังบิกัดลของ กลุ่มเสี่ยเจริญ **ปิยวง อรุณเกรียงไกร**

8. สรยุทธ สุทัศนจินดา อนาคตชะตากรรม และชีวิตของ 'กฤษฎิกขำ' **สนกร วงษ์ปัญญา**

9. แบนกซ์ชาติเปิดตัว 'QR Code มาตรฐาน' จุดเปลี่ยนประเทศไทยสู่สังคมไร้เงินสด? **ปิยวง อรุณเกรียงไกร**

10. ย้อนเส้นทางคดีจำนำข้าว ยังลึกลับซับซ้อน สุวินพิพากษา ชะตาการเมืองไทย! **สนกร วงษ์ปัญญา**



อ่านบทความได้ที่ **THESTANDARD.CO**

GERMANY

ซูเปอร์มาร์เก็ต ในอัมบวร์กต่อต้าน การเหยียด เชื้อชาติ กวาด สินค้าต่างชาติ ออกยกขึ้น!



ชาวเมืองอัมบวร์กที่เดินเข้าไปจับจ่าย
เครื่องอุปโภคบริโภคที่ Edeka ซูเปอร์-
มาร์เก็ตสาขาที่ใหญ่ที่สุดในเยอรมนี
ต่างต้องงุนงง เพราะชั้นวางสินค้าที่เคย
แน่นขนัดด้วยผลิตภัณฑ์หลากหลาย
กลับว่างโล่งเหลือเพียงสินค้าไม่กี่ชนิด
และกลับมีป้ายระบุข้อความ เช่น 'ชั้นวาง
สินค้านี้ข้างจัดซื้อที่เหลือทอน เมื่อปราศจาก
ซึ่งความหลากหลาย' วางอยู่แทน Edeka
เลือกใช้พื้นที่ที่ตัวเองมีกระตุกต่อมคิด
สังคมเกี่ยวกับประเด็นการเหยียดหยาม
ทางเชื้อชาติ และสะท้อนความสำคัญ
ของ 'ความหลากหลาย' โดยสื่อสารกับ
ผู้คนผ่านสินค้าอย่างอาหาร ซึ่งเข้าถึง
ผู้บริโภคได้โดยตรง Edeka กวาดสินค้า
ที่ผลิตจากต่างประเทศออกจากชั้น
จนหมด เหลือไว้เพียงสินค้าที่ผลิตใน
เยอรมนี ทำให้เหล่านักช้อปปิ้งรู้ตัวว่า
ที่ผ่านมาชีวิตประจำวันของพวกเขา
ผูกติดกับสินค้าต่างชาติขนาดไหน
หลายคนออกมาชื่นชม Edeka ที่กล้าหาญ
ในการสื่อสารประเด็นดังกล่าว ขณะที่
บางส่วนก็ต่อต้านว่าเป็นเพียงกลยุทธ์
ทางการตลาดที่ฉกฉวยบรรยากาศทาง
การเมืองของประเทศที่กำลังจะมีการ
เลือกตั้งในอีกไม่นาน

ภาพ www.bbc.co.uk



ภาพ AFP

BIG CHANGE

ภาพ AFP



GLOBAL NUMBERS

19-30

ช่วงเวลาที่กระทรวงคมนาคมประกาศเตรียม
ยกเว้นหรือลดหย่อนค่าโดยสารทุกระบบ
ขนส่งสาธารณะในเดือนตุลาคมนี้ เพื่อช่วย
ประชาชนประหยัดค่าเดินทางเข้ากรุงเทพฯ
ในช่วงก่อนและหลังงานพระราชพิธีถวาย
พระเพลิงพระบรมศพในหลวงรัชกาลที่ 9

3

อายุของหนูน้อยโนอาห์ แพนคลับ
ตัวจิ๋วของภาพยนตร์การ์ตูน
Frozen ถูกสวนสนุกดิสนีย์แลนด์
กรุงปารีส ปฏิเสธไม่ให้เข้าร่วม
กิจกรรม Princess for a Day
เนื่องจากเป็นเด็กผู้ชาย แม่ของ
หนูน้อยเขียนจดหมายถึงบริษัท
เพื่อถามเหตุผลในการกีดกันนี้
โดยมีรายงานว่าดิสนีย์แลนด์
ออกมาขอโทษครอบครัวของ
โนอาห์แล้ว



10 ประเทศในแอฟริกาแบนถุงพลาสติก

ถึงตอนนี้เราตระหนักแล้วว่าพลาสติกที่เราใช้กันทั่วโลกใช้เวลาย่อยสลายนานหลายชั่วอายุคน และกำลังส่งผลกระทบต่อโลกใบนี้จนหลายประเทศให้ความสำคัญในการแก้ปัญหา ในทวีปแอฟริกา รัฐบาล 10 ประเทศออกกฎหมายห้ามใช้ถุงพลาสติกแล้ว รวมทั้งเคนยา ซึ่งเป็นประเทศที่มีพื้นที่ใหญ่ที่สุดในทวีปนี้ โดยที่ผ่านมามีการใช้ถุงพลาสติกมากถึง 100 ล้านใบในแต่ละปีในซุเปอร์มาร์เก็ต วัณดา เป็นประเทศแรกที่ประกาศแบนถุงพลาสติกในปี 2008 ก่อนที่ประเทศเพื่อนบ้านจะเดินตามรอยทั้ง แคเมอรูน แทนซาเนีย ยูกันดา มาลี มาลาวี เอธิโอเปีย มอริเตเนีย และกินี-บิสเซา

ทะเลทรายกลายเป็นทุ่งดอกไม้แสนสวย

ทะเลทรายอาตากามา ในภูมิภาคโกปิวาไปประเทศชิลี ได้ชื่อว่าเป็นหนึ่งในทะเลทรายที่แห้งแล้งที่สุดในโลก จนนักวิทยาศาสตร์ใช้เป็นพื้นที่เปรียบเทียบเพื่อศึกษาว่าสิ่งมีชีวิตและเงื่อนไขการดำรงชีวิตแบบใดจะเป็นไปได้บนดาวอังคาร บัดนี้พื้นที่ดังกล่าวกลับตระการตาด้วยดอกไม้บานาพรรณ เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติ 'Desierto Florido' หรือ Flowering Desert ที่ธรรมดาแล้วจะเกิดขึ้นทุกๆ 5-7 ปี หลังจากพายุฝนที่นานๆ ครั้งจะเกิดขึ้น ได้ตกกระหน่ำถาโถมในทะเลทรายครั้งล่าสุดเมื่อปี 2015 ซึ่งฝนตกนานถึง 12 ชั่วโมง ผู้คนต่างประหลาดใจที่ปรากฏการณ์ธรรมชาติครั้งนี้เกิดขึ้นเพียง 2 ปีให้หลังจากครั้งล่าสุด ทำให้พืชพรรณทะเลทรายกว่า 200 สายพันธุ์ต่างแทงยอดอวดโฉม กลายเป็นทะเลดอกไม้สวยสุดลูกหูลูกตา



ผู้ต้องขังหญิงในอเมริกาต่อสู้เพื่อสิทธิการใช้อาณัติฟรีได้สำเร็จ



การใช้อาณัติเป็นเรื่องสำหรับผู้หญิงเลือกใช้ได้ตามปกติ แต่สำหรับผู้ต้องขังหญิงเรื่องเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องง่าย และผู้ต้องขังในทัณฑสถานหญิงกลางที่สหรัฐอเมริกา ก็ต่อสู้เพื่อการใช้อาณัติถูกสุขลักษณะมาโดยตลอด ล่าสุดหน่วยบัญชาการใหญ่ของทัณฑสถานหญิงกลาง ก็ได้ออกคำสั่งให้มีการแจกจ่ายอาณัติฟรีให้กับผู้ต้องขังในขนาดและรูปแบบมาตรฐาน ถือเป็นชัยชนะของผู้ต้องขังหญิงกว่า 13,000 คนเลยทีเดียว เพราะที่ผ่านมาสิ่งที่จำเป็นต่อสุขลักษณะของผู้หญิงเช่นนี้ถือว่าขาดแคลนเอามากๆ บ่อยครั้งที่ผู้ต้องขังต้องทำอาณัติแบบสวดเพื่อใช้เอง ซึ่งแน่นอนว่าเสี่ยงต่อการติดเชื้อและเป็นอันตรายต่อสุขภาพด้วย ก่อนหน้านี้นี้การเรียกร้องจากผู้ต้องขังหญิงกลายเป็นประเด็นทางการเมือง และทางผู้แทนของพรรคเดโมแครตก็เสนอให้มีการร่างกฎหมายใหม่เพื่อแก้ปัญหานี้โดยเฉพาะในที่สุดก็ประสบความสำเร็จและกลายเป็นข่าวดีที่จะเปลี่ยนแปลงสวัสดิการและสวัสดิภาพของผู้ต้องขังหญิงครั้งใหญ่ดังกล่าว

25,000

จำนวนคนที่ลงชื่อคัดค้านมาตรการ 'ก้าจัดหนุ' ที่ทางการปารีสทุ่มงบจัดการมากถึง 14 ล้านเหรียญสหรัฐในปี นี้ โดยไม่เห็นด้วยกับการกำจัดที่เหมือนเป็นการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ แม้ประชากรหนุจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วปารีสจนสวนสาธารณะหลายแห่งต้องปิดทำการชั่วคราว เพราะเกรงว่าเด็ก ๆ จะโดนหนูกัดและติดเชื้อโรค

\$6.3 million

ภาษีย้อนหลังที่ทางการกับพูชาเรียกเก็บจาก *The Cambodia Daily* หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษในกับพูชา และเป็นหนึ่งในฉบับที่กล่าววิพากษ์วิจารณ์นายกรัฐมนตรัฐอนเซน มากที่สุดฉบับหนึ่ง โดยทางการใช้เวลาเพียง 1 เดือนเท่านั้นในการหาเงินมาชำระแก่กรมสรรพากร ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องปิดตัวลงในที่สุด





**KATHARINE
HEPBURN'S NYC
STAGE DEBUT IN
'NIGHT HOSTESS'**

12 กันยายน 1928 แคเธอรีน เฮปเบิร์น นักแสดงภาพยนตร์ชื่อดังชาวอเมริกัน เปิดตัวครั้งแรกด้วยผลงานละครเวทีที่นิวยอร์กเรื่อง *'Night Hostess'* ในภาพ แคเธอรีน แต่งตัวเป็นนักบินในปี 1937 ตอนที่หมั้นหมายกับ ฮาเวิร์ด ฮิวส์ เพลย์บอยมหาเศรษฐีคนดัง ☺



Distributed by Thailader Global Trade Co.,Ltd.

Available at INVU Shop

Siam Paragon, The Emporium, Central Festival Pattaya Beach, Zen Central World, Don Muang Airport,
Robinson : Chiangmai, Phuket, Udonthani

COVER STORY

INTO THE RING

จำได้หรือไม่ว่าครั้งสุดท้ายที่คุณซื้อหรือจับต้องแผ่นซีดีสำหรับฟังเพลงคือเมื่อไร ขณะที่คนทั่วไปคุ้นกับการพักผ่อนด้วยเสียงดนตรีผ่านระบบดาวนโหลดและสตรีมมิงมากขึ้น สวนทางกับจำนวนร้านขายแผ่นซีดีที่น้อยลงเรื่อยๆ

แฟนซีรีลียอมอดตาหลับขับตานอนอยู่หน้าจอเพื่อชมละครโปรดรวดเดียวจบทั้งฤดูฉาย และมีโอกาสชมภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นเพื่อส่งตรงถึงบ้าน โดยไม่ต้องเดินเข้าไปเข้าโรงหนังเหมือนเก่า

สตรีมมิงกำลังเป็นกระแสที่ถาโถมและสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ให้กับวัฒนธรรมการเสพความบันเทิงในยุคปัจจุบัน

THE STANDARD พาคุณเข้าสู่โลกแห่งสตรีมมิงสำรวจผู้ให้บริการในตลาดเมืองไทย และพูดคุยถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับคนในวงการดนตรีและธุรกิจภาพยนตร์ในยุคที่โลกออนไลน์ก้าวล้ำช้อนทับกับโลกทางกายภาพแบบหลีกเลี่ยงไม่ได้



STREAM

AGL

เรื่อง พิรภัทร ทวีสารสิน:

MUSIC STREET THE F SOUL

ย้อนไปสู่ช่วงเวลารอยต่อระหว่างคริสต์สหัสวรรษที่ 2 และ 3 มนุษยชาติได้ค้นพบนวัตกรรมเสียงที่เรียกว่า 'เอ็มพีสาม' โลกแห่งการฟังเพลงก็มึนต้องเปลี่ยนไป... หากการเปลี่ยนแปลงในระดับพลิกจากหัวเป็นท้าย... จากหน้าเป็นหลัง... เมื่อชอว์น แพนนิง พร้อมกับ ซอน ปาร์กเกอร์ และจอห์น แพนนิง ได้รังสรรค์นวัตกรรมที่ถือเป็นสุดยอดของศตวรรษ นั้นคือ Napster โปรแกรมแบ่งปันเพลงในรูปแบบเพียร์ทูเพียร์ (Peer-to-Peer) ซึ่งได้ขยายวงกว้างจากนักศึกษาไม่กี่ร้อยคนในมหาวิทยาลัยนอร์ทอีสเทิร์นที่ชอว์นศึกษาอยู่ในขณะนั้นไปสู่โลกทั้งใบในเวลาอันรวดเร็ว

และนับจากนั้นบทเพลงก็กลายเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ หากสัมผัสได้ผ่านโฮตประสาทและในคอมพิวเตอร์

เจกเช่นเดียวกับเป็นจุดเริ่มต้นแห่งจุดจบของนวัตกรรมการฟังเพลงที่จับต้องได้ ไม่ว่าจะเป็นเทปคาสเซตต์และซีดี โดยที่ไม่มีใครคาดคิด

แม้ว่าในเวลาต่อมาจะเกิดการล่มสลายของ Napster ในรูปแบบดั้งเดิมลง ทว่าก็ไม่ได้ทำให้สถานการณ์ของวงการเพลงโลกสามารถโง่หัวขึ้นจากสภาวะอันถดถอยได้แต่อย่างใด

จากไฟล์เอ็มพีสาม จากนวัตกรรมมิตทอร์เรนต์ที่ต่อยอดมาจากผู้บุกเบิกอย่าง Napster และจากการเข้าถึงแบบ dial-up ใช้โมเด็มเชื่อมต่อกับโมเด็มของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วไม่เกิน 56 กิโลบิตต่อวินาที มาสู่ยุค 4G ที่มีความเร็วได้ถึง 100 เมกะบิตต่อวินาที ยังผลให้พฤติกรรมการเสพงานดนตรีที่เปลี่ยนไป เช่นเดียวกับนวัตกรรมที่มารองรับกับพฤติกรรมนั้น

ดนตรีที่เคยมีมูลค่าอันนับหมื่นล้านบาทกลับอยู่ในสถานะที่ต้องนับถอยหลังเข้าสู่

1981
MTV

1990
SIRIUSXM

1993
MP3

1994
CHANNEL V

1999
NAPSTER

2000
PANDORA MUSIC

S I C A M I N G U T U R E F N D ?

2001
ITUNES

2004
KKBOX

2006
SPOTIFY

2007
DEEZER

2009
4G

2014
FUNGJAI,
TIDAL

2015
JOOX,
APPLE MUSIC

ความเสื่อมสลายลงเรื่อยๆ กระทั่งมูลค่าเหลือ
ใกล้เคียงศูนย์เต็มที คนมากกว่ามากกลับ
มองดนตรีเป็นของฟรีที่ไม่มีมูลค่าใดๆ ให้ต้อง
ควักกระเป๋า

“วงการเพลงกำลังจะก้าวสู่ความล่มสลาย
ในเร็ววัน” อิทธิพงศ์ กฤตการ ณ อยุธยา หรือ
ต้า พาราไดออกซ์ เคยพูดถึงวงการเพลงในช่วง
เวลาเปลี่ยนผ่านเมื่อราวสิบปีก่อนไว้เช่นนั้น

ระหว่างที่การคาดเดาของต้ามีแนวโน้ม
ใกล้ความเป็นจริงขึ้นมาเป็นลำดับ วงการ
เพลงต่างใช้เวลานานนับสิบปีกับการค้นหา
ทางออกจากริक्तการณ์นั้น หากไม่มีใครหรือ
สิ่งใดที่ถือได้ว่าเป็นอัศวินม้าขาวอย่างแท้จริง

ขณะที่วงการเพลงต้องปรับตัวขนานใหญ่
ทั้งศิลปิน ค่ายเพลง และบรรดาคนเบื้องหลัง
ต่างพับเป้าหมายการทำเงินจากยอดขายงาน
ดนตรีของตัวเองลงกระดาษ และหันไปเอาจริง
เอาจึงกับการแสดงสดไปพลางเพื่อเอาตัวรอด

เวลาผ่านไปจนถึงปี 2017 ช่วงเวลาซึ่ง
บริการฟังเพลงที่เรียกว่า Music Streaming
ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ หลายบริษัท
ในสหรัฐฯ ต่างลงมาเล่นในสนามนี้ ไม่ว่าจะ
เป็น iTunes, SiriusXM, Pandora Music,
Spotify หรือ Tidal ขณะที่บ้านเราก็เพิ่งต้อนรับ
การมาถึงของ Spotify ผู้ให้บริการฟังเพลง
ออนไลน์รายใหญ่ที่สุดของโลก เปิดตัวบริการ
ฟังเพลงสตรีมมิงในไทยอย่างเป็นทางการ
เพื่อรองรับความเติบโตของกลุ่มคนฟังที่เพิ่ม
มากขึ้น หลังจากที่ Deezer, KKBox และ
Fungjai ได้ลุยทางเอาไว้บ้างแล้ว

“สตรีมมิงเป็นเครื่องมือการฟังเพลง
ที่ทำให้ผู้คนเข้าถึงตัวเพลงได้อย่างรวดเร็ว
ที่สุดเครื่องมือหนึ่ง เพราะไม่ต้องใช้เวลา
ในการเดินทางไปซื้อเหมือนกับเทปและซีดี
และไม่ต้องใช้พื้นที่ในการเก็บไฟล์เหมือนกับการ
ดาวน์โหลด ซึ่งตอบสนองกับพฤติกรรม
on-demand ของมนุษย์ยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี
และในมุมของผม ธุรกิจสตรีมมิงนั้นเกิดขึ้น

เพื่อต่อกับพฤติกรรมกรรมการฟังเพลงฟรีเพื่อหารายได้จากสิ่งที่ไม่น่ามาซึ่งรายได้แล้ว” ความเห็นของ **ปิยะพงษ์ หมื่นประเสริฐดี** Community Manager และหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Fungjai

“นอกจากนั้นผมก็มองว่าสตรีมมิ่งถือเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้คนได้ค้นพบและรู้จักเพลงใหม่ๆ รวมถึงเป็นช่องทางที่ช่วยเปิดทางให้ศิลปินและแฟนเพลงใกล้ชิดกันมากขึ้นได้”

สำหรับประเด็นของพฤติกรรมกรรมการฟังเพลง ‘ฟรี’ นั้น **วรพธรณ์ วงษ์ไทย** หรือที่รู้จักกันในฉายา ‘jetboat’ บล็อกเกอร์ไอทีชื่อดังแห่งเว็บไซต์ trendy2.mobi ได้แสดงข้อคิดเห็นเอาไว้ค่อนข้างน่าสนใจว่า

“ในมุมมองของคนฟัง พฤติกรรมของคนมันเปลี่ยนแปลงตลอดไปแล้วโดยสิ้นเชิง จำเครื่อง MacBook ได้ไหมครับ ตัดคอปติดิล ไดรฟ์ออกไปก่อนใครเพื่อน ทุกคนด่าหาว่าบ้า แล้วตอนนี้เป็นไงล่ะ มีสักกี่คนฟังเพลงจากแผ่นซีดี โลกมันเปลี่ยนมาตั้งแต่เอ็มพีสาม เรามี Napster เรามี Soulseek จากการเล่นเถิดเทิงมากมาย กลายเป็นก่อเกิดการขายเพลงผ่านดิจิทัล จากนั้นมีวงสตรีมมิ่งก็ถูกส่งไม้ต่อขึ้นมาในยุคที่เมมโมรีมีราคาถูกลง อินเทอร์เน็ตดาต้าถูกลง แต่กว่าจะเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคก็ใช้เวลาหลายปีจะเรียกว่าเป็นทางออกใหม่ คือแผ่นซีดีถูกกระชากลงหลุมกลับไป แต่มูลค่าของเพลงมันจะลดลงไปด้วยพร้อมๆ กัน เพราะผู้คนเคยชินและรู้สึกว่าเพลงคือ ‘ของฟรี’ การจะขึ้นแพดานราคาไปกว่านี้มันก็ยาก แต่เอาเถอะ ถ้าย้อนหลังกลับไปในยุคที่ศิลปินยังเดินออกมาเหยวๆ ถือป้ายประท้วงอยู่หน้าห้างไอทีย่านประตูน้ำ สภาพตอนนี้ก็ยิ่งดีกว่าตอนนั้นเป็นไหนๆ อย่างน้อยก็กลับมาได้ในแง่ความถูกต้อง”

ขณะที่ **สุรเชษฐ ปิยะชรวจิตร** เจ้าของร้าน Cap ร้านซีดีรายใหญ่ที่เหลือเพียงไม่กี่รายในตลาดเพลงอินแดนซ์นั้นผวนมองว่า ปัจจุบันธุรกิจการซื้อขายเพลงกลับมาอยู่ในจุดที่ลงตัวระดับหนึ่งแล้ว หลังการล้มลุกคลุกคลานกันมาหลายปี ขณะที่การเติบโตของบริการฟังเพลงในรูปแบบสตรีมมิ่งแทบไม่มีผลกระทบใดๆ กับธุรกิจของตนเลย เพราะนอกจากกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันแล้ว ด้วยตลาดและความต้องการของผู้ฟังที่เปลี่ยนไป ทำให้บทบาทและเป้าหมายของผู้ที่ทำธุรกิจร้านขายซีดีต้องเปลี่ยนแปลงตามไปโดยปริยายอยู่แล้ว

“ซีดีทุกวันนี้ ถ้าเปรียบเทียบกับเหมือนวงการพระเครื่องที่นักสะสมจะไม่ได้คำนึงถึงแค่พระองค์นี้ องค์นั้น แต่ต้องลงไปถึงว่าเป็นพระพิมพ์นั้นพิมพ์นี้ กรอบอย่างนั้นอย่างนี้ ไม่ต่างจากคนซื้อซีดีกับเรา ที่เขาก็อยากจะได้ซีดีที่ผลิตที่โน่น ผลิตที่นี่ อยากได้ซีดีที่ผลิตครั้งแรก อยากได้ปกออริจินัล ลักษณะลูกค้าเรา ในปัจจุบันเป็นแบบนี้”



ปิยะพงษ์ หมื่นประเสริฐดี
Community Manager
และหนึ่งในผู้ร่วม
ก่อตั้ง Fungjai



วรพธรณ์ วงษ์ไทย
บล็อกเกอร์ไอทีชื่อดังแห่ง
เว็บไซต์ trendy2.mobi

“ในแง่การเป็นเจ้าของร้านซีดี การมาถึงของสตรีมมิ่งส่งผลต่อธุรกิจร้านซีดีน้อยมาก อาจเพราะเราได้รับผลกระทบรุนแรงจากปัจจัยอื่นมานานมากจนมันไม่กระทบแล้ว แล้วก็ต้องบอกว่าร้านซีดีในเมืองไทยนี้เราปรับตัวมาระยะหนึ่งแล้ว จากแต่ก่อนเราขายให้กับคนที่ชอบฟังเพลง คือไม่ว่าคุณอยากฟังเพลงอะไรก็ต้องมาร้านขายเทป เพราะมันเป็นแหล่งเดียว ถ้าไม่นับพวกช่อง MTV หรือ Channel V ในสมัยก่อน ร้าน Cap เราไม่ได้ขายให้คนชอบฟังเพลงมานานแล้ว กลุ่มลูกค้าหลักของเราคือคนสะสมเพลง เรียกว่ามีเยอะเลยที่ซื้อไปแล้วไม่ได้ฟัง คือมีความสุขกับการได้สะสม ซีดีทุกวันนี้ ถ้าเปรียบเทียบกับเหมือนวงการพระเครื่อง ที่นักสะสมจะไม่ได้คำนึงถึงแค่พระองค์นี้ องค์นั้น แต่ต้องลงไปถึงว่าเป็นพระพิมพ์นั้นพิมพ์นี้ กรอบอย่างนั้นอย่างนี้ ไม่ต่างจากคนซื้อซีดีกับเราที่เขาก็อยากจะได้ซีดีที่ผลิตที่โน่นผลิตที่นี่ อยากได้ซีดีที่ผลิตครั้งแรก อยากได้ปกออริจินัล ลักษณะลูกค้าเราในปัจจุบันเป็นแบบนี้”

“หากลองมองกลับกัน สตรีมมิ่งกลับจะช่วยส่งเสริมการขายของเราในบางที่ด้วย เช่น คนเปิดเพลย์ลิสต์ของ Joox หรือเจ้าใดๆก็ตาม จากที่ไม่เคยสนใจ พอได้ฟังบ่อยๆ ก็อาจจะมาหาซื้อ ซึ่งก็มีบ้าง” สุรเชษฐกล่าวก่อนจะขยายความต่ออีกว่า

“แต่ในแง่ศิลปิน ผมว่าสตรีมมิ่งคงไม่นำใช้ทางรอดที่แท้จริง เพราะดูแล้วรายได้ที่จะตกลงสู่ศิลปินไม่น่าจะมากมาขนาดนั้นครับ คงเทียบไม่ได้กับการขายซีดีหรือคาสเซตต์สมัยก่อน แต่โอเคแหละ มันอาจจะมีผลในทางอ้อมให้เขาได้งานมากขึ้น มีงานคอนเสิร์ตมากขึ้น ถามว่ามันเกี่ยวกันไหม มันก็น่ามาซึ่งรายได้เหมือนกัน แต่มาจากคนละทางกัน”

ทัศนคติในย่อหน้าหลังสุดนี้เป็นหนึ่งในข้อกังขาที่มีเสมอมาทั้งในหมู่นักศิลปิน คนทำงานเพลง และค่ายเพลงเล็กๆ ว่าแม้บริการสตรีมมิ่งจะมีจุดเริ่มต้นเพื่อเป็นทางออกสู่อารมณ์ของการเพลง แต่ตลอดเส้นทางของธุรกิจสายนี้ บริการการฟังเพลงในอากาศรูปแบบนี้ก็ยิ่งเต็มไปด้วยคำถามและความไม่มั่นใจมาโดยตลอด จนเกิดความเคลือบไหวในหมู่นักศิลปินระดับโลกอย่าง เทย์เลอร์ สวิฟต์ หรือวง Radiohead ที่ไม่เชื่อมั่น และเคยประกาศไม่ขอร่วมสังฆกรรมใดๆ กับ Spotify เป็นเวลาหลายปี ขณะที่ เควิน คาคิช ผู้ร่วม

แต่งเพลง All About That Bass ได้เคยออกมาแฉว่า ตนได้คำตอบแทนจากการสตรีมมิ่งของเพลงนี้เพียง 5,679 เทรย์นสหรัฐฯ ทั้งๆ ที่ All About That Bass เป็นซิงเกิ้ลที่ประสบความสำเร็จสูงที่สุดเพลงหนึ่ง และมียอดฟังมากถึง 178 ล้านครั้ง

เช่นเดียวกับ **บรรณ สุวรรณโณชิน** นักร้อง นักแต่งเพลง และเจ้าของค่ายใบชา song ได้เคยแสดงทัศนะเกี่ยวกับบริการสตรีมมิ่งอย่างเจ็บแสบเอาไว้ในเฟซบุ๊กของตน โดยมีข้อความตอนหนึ่งว่า

“ในฐานะของคนทำเพลงหรือค่ายเล็กๆ ที่จะนำเพลงไปลงนั้น ผมว่ามันไม่ตอบโจทย์ในเรื่องรายได้ หลังจากที่เคยหย่อนบางอัลบั้มลงไปในระบบนี้ ถ้าให้เปรียบเทียบ มันเหมือนกับเรามีลูก เลี้ยงดูมาสักพัก แล้วอยู่ดีๆ ก็มีคนมาเอาลูกเราไปนั่งขอทาน ลูกก็มองเราตาปริบๆ ว่ายังไม่ได้ทดแทนบุญคุณพ่อแม่เลย ต้องไปหากินให้คนอื่นซะแล้ว ส่วนพ่อแม่ก็สงสารที่ลูกเราต้องไปนั่งขอทาน ได้เงินก็ไม่เยอะ เข้าทำนองปลาใหญ่กินปลาเล็ก”

ในมุมมองผู้ให้บริการ Fungjai อย่างปิยะพงษ์ ก็มีความคิดเห็นเสริมในประเด็นนี้เอาไว้ว่า

“เราต้องเข้าใจก่อนว่าในวันนี้สตรีมมิ่งไม่ใช่การตอบโจทย์เรื่องรายได้สำหรับศิลปินค่ายเพลง หรือแม้แต่ผู้ให้บริการมิวสิกสตรีมมิ่งเอง รายใหญ่อย่าง Spotify ตอนนี้อย่างขาดทุนต่อเนื่อง แต่ในมุมมองนักลงทุน เขาก็มีการคาดเดาว่าพฤติกรรมคนน่าจะยินยอมที่จะจ่ายเงินมากขึ้นเรื่อยๆ ขณะที่เมื่อมีจำนวนคนที่เป็นสมาชิกมากขึ้น ก็มีแนวโน้มที่จะสามารถปรับราคาได้สูงมากขึ้น เขาถึงพยายามลงทุนพยายามที่จะขยายตลาดแล้วก็พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ”

ขณะที่ศิลปินอย่าง **ต่อพงษ์ จันทบุปผา** หรือ บอล วง Scrubb ที่ควบตำแหน่ง A&R Director ของค่าย What The Duck ก็ยอมรับเช่นกันว่า ที่สุดแล้วตอนนี้บริการสตรีมมิ่งอาจไม่ใช่คำตอบทั้งหมดของวงการเพลงหรือศิลปิน โดยเฉพาะในบ้านเรา หากมองในเรื่องคำตอบแทนเป็นสำคัญ แต่กระนั้นในความคิดของต่อพงษ์ บริการสตรีมมิ่งถือเป็นหนทางที่พอทำให้เห็นแสงสว่างที่ปลายอุโมงค์อันมืดมิดที่แวดวงนี้ต่างคลำหาตลอดเวลานานนับทศวรรษก็ได้

“ในฐานะคนเบื้องหลังที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมดนตรี ส่วนตัวขอสรุปว่าสตรีมมิ่ง

เป็นทางเลือกใหม่ในยุคปัจจุบันดีกว่า ส่วนจะเป็นทางออกที่ดีที่สุดหรือไม่นั้น คงต้องใช้เวลาในการเรียนรู้และปรับตัวกับระบบของมันในอีกหลายๆ ด้าน ยังไม่นับเรื่องของกฎหมายในบ้านเรา การจัดระเบียบหรือการตั้งมาตรฐานกลางขององค์กรที่ดูแลเรื่องการจัดเก็บลิขสิทธิ์ที่มีหลายเจ้า รวมถึงการทำงานร่วมกันระหว่างค่ายเพลง ผู้ให้บริการทางด้านดิจิทัล และผู้ให้บริการสตรีมมิ่ง คิดว่าถ้าทุกฝ่ายมองเห็นเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญในยุคปัจจุบัน ก็ควรจะมีการช่วยกันพัฒนาและปรับปรุงระบบการจ่ายส่วนแบ่งให้ไปในทางที่ดีและชัดเจนขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งมีการแท้จริงที่เป็น actual usage มากขึ้น คือจ่ายส่วนแบ่งให้กับเพลงที่ถูกเล่นเป็นจำนวนมากได้ตามจริงมากกว่าการเหมาจ่าย และหวังว่าในอนาคตน่าจะมีอัตราเติบโตของรายได้ที่ดีขึ้นกว่าปัจจุบัน ส่วนตัวผมคิดว่าต้องใช้เวลาแต่อย่างน้อยภาพรวมตอนนี้ก็ดูทุกฝ่ายตื่นตัวขึ้นเรื่อยๆ” ต่อพงษ์แสดงความคิดเห็น

โลกในวันนี้ แม้เทคโนโลยีจะยังคงก้าวไปข้างหน้าไม่หยุดนิ่ง แต่ที่สุดแล้วสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกไม่เคยเปลี่ยนไปตามกาลเวลาก็คือ สิ่งที่เราเรียกว่า ‘เนื้อหา’ ซึ่งเป็นเนื้อหาของบัจจัยแห่งความสำเร็จที่ยั่งยืนแท้จริง ดังที่ปิยะพงษ์ได้ทิ้งท้ายเอาไว้ว่า

“สติพ อัลบั้มนี้ โปรดิวเซอร์ที่เคยทำงานให้วงอย่าง Nirvana เคยไปพูดที่ออสเตรเลียว่า เทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันช่วยเปิดโอกาสให้ศิลปินใหม่ๆ ได้มากมายในแบบที่ศิลปินเมื่อ 20-30 ปีที่แล้วไม่มีโอกาส เพราะเมื่อก่อนนี้ถูกควบคุมโดยระบบ Recording Industry หรือระบบของค่ายเพลง แต่ด้วยเทคโนโลยีในวันนี้ เราสามารถเผยแพร่เพลงไปถึงคนทั่วโลกด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อก่อนมากๆ แต่คราวนี้ความที่ต้นทุนต่ำและทำอะไรได้ง่าย การแข่งขันจึงสูงตามไปด้วย สุดท้ายทุกอย่างก็ต้องกลับมาสู่จุดเริ่มต้น นั่นคือการสร้างผลงานให้ดีกว่า เด่นกว่า เจ๋งกว่าคนอื่น และเข้าถึงผู้ฟังเพลงของเราได้ด้วยเครื่องมือต่างๆ ที่มีในวันนี้นั่นเอง”

หากดนตรีเกิดจากความมุ่งมั่นตั้งใจบนพื้นฐานของความรักและความคิดที่สร้างสรรค์อย่างแท้จริงแล้ว บัจจัยในเรื่องนวัตกรรมที่จะใช้เป็นเครื่องมือสื่อกลางถ่ายทอดออกไปสู่คนวงกว้าง ก็ดูจะไม่ใช้สาระสำคัญเกินกว่าที่ควรจะเป็นอีกต่อไป



ussan สุวรรณโณชิน
นักร้อง นักแต่งเพลง และ
เจ้าของค่ายใบชา song



ต่อพงษ์ จันทบุปผา
หรือ บอล วง Scrubb



สุเชษฐ์ ปิยะวัชรวิจิตร
เจ้าของร้าน Cap

เรื่อง กองบรรณาธิการ ภาพ วงศกร ชัยดวง

THE



TOY BOY

ทอย-ธันวา บุญสูงเนิน ลัดคิวมาพูดคุยกับ THE STANDARD เรื่องความดีที่ผลักดันให้ตัวเองก้าวสู่การเป็นคนเบื้องหลัง การจับพลัดจับผลูจนได้ถ่ายทอดเสียงร้องในฐานะศิลปิน ความหลงใหลที่มีต่อผลงานเพลงที่จับต้องได้แบบยุคเก่า และเพลย์ลิสต์ส่วนตัวจากดนตรีแบบสตรีมมิงยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนโลกของหนุ่มวัย 21 ในทุกวัน

ทอยเรียนดนตรีด้วยตัวเองโดยไม่ผ่านสถาบันไหน อยากรู้ว่ามีคนทำได้จริงๆ หรือ

ผมว่าการเรียนดนตรีก็เหมือนภาษานะ เราไม่เคยเรียน ภาษาไทย แต่เราก็พูดได้เอง ดนตรีก็เป็นแบบนี้ เราไม่เคยเรียน แต่ฟังเรื่อยๆ แล้วเราก็อยากเล่นให้ได้แบบนี้บ้าง มันก็แค่นั้นเอง ผมเชื่อว่าสมองคนเรามีพัฒนาการ ถ้าอยากเล่น มันก็จะทำทุกวิถีทางที่จะได้เล่น

ที่บ้านไม่ค่อยสนับสนุนในเรื่องการเล่นดนตรีทั้งๆ ที่ก็เป็นครอบครัวนักดนตรี

เขาบอกว่าในสายอาชีพมันมายาก คุณแม่เขารู้ว่ากว่าจะได้มาเป็นแบบนี้มันลำบาก เลยคิดว่าอย่าไปเสี่ยงเลย

ถ้าไม่เล่นดนตรีแล้วอยากทำอะไร

ที่บ้านก็คงอยากให้ไปเป็นพนักงานบริษัทต่อไป แต่ผมก็ผูกพันกับเสียงเพลง เพราะที่บ้านก็เป็นนักร้อง นักดนตรีทั้งหมด ผมรู้สึกว่าจะทำให้จะถูกขัดขวางยังไงก็ตาม ดนตรีมันก็เหมือนอยู่ในใครโมโหม ในดีเอ็นเอตอนแรกผมไม่คิดว่าตัวเองเป็นศิลปิน เพราะที่ผ่านมามีทั้งหมดผมจะอยู่ในส่วนของโปรดิวเซอร์ผลิตเพลง ผมเป็นโปรดิวเซอร์ให้วง Room39 ตั้งแต่อายุ 17

ตอนนั้นคุณแสดงความสามารถ หรือมีทักษะอะไรที่ทำให้ค่ายเพลงให้โอกาสเป็นโปรดิวเซอร์เลย

ผมทำงานมาเรื่อยๆ ตั้งแต่อายุ 13 แต่ยังไม่มียผลงานเราก็แค่ซ้อม ทำอยู่ประมาณ 4 ปี เล่นแบ็กอัพบ้าง แล้วผมสนิทกับพี่ต้า (สราวุธ เลิศปัญญาหนู) ที่เป็นนักเขียนเพลง เพราะเราเคยแจมดนตรีกันบ่อยๆ เขาก็ลองให้ผมคุยกับศิลปินเพื่อให้ลองทำงาน คนแรกที่ผมเจอก็คือพี่อะตอม (ชนกันต์ รัตนอุดม)

เครื่องดนตรีทุกอย่างนี่ฝึกเองจากการดูยูทูบ

อย่าเรียกว่าเรียนจากยูทูบเลย เพราะผมเรียนทุกอย่างจากการฟังเพลงจริงๆ ยูทูบแค่ส่วนหนึ่ง เหมือนเราเดินออกจากบ้าน ทุกอย่างรอบตัวคือการเรียนรู้หมด

ศิลปินที่เป็นแรงบันดาลใจให้ค่อย

มีเยอะเลย แต่ถ้าให้ยกตัวอย่างก็ สกริลเลกซ์ (Skrillex) เป็นโปรดิวเซอร์ เวลาฟังเพลงเขาแล้วลองดูเครดิตนะ จะมีชื่อเพลง ชื่อศิลปิน แต่ไม่ใช่เสียงของเขาเลย แล้วก็ที่พีเจจริงกับนักร้องไปมากมาย นั่นทำให้ผมคิดว่าเขามีชื่อเป็นศิลปิน แต่ไม่มีเสียงเขาเลย แล้วเขาอยู่ตรงไหน เขาก็คือคนสร้างผลงาน

คุณทำได้ทุกอย่าง เล่นดนตรี ทำโปรแกรมเองหมด คิดว่ามันสามารถทำแบบนี้ได้ทุกคนไหม

ก็ต้องลองดูครับ อย่างที่บอกว่าผมมองดนตรีเหมือนภาษา เราไม่เคยเรียน แล้วเราคูยกันได้ยังไง ผมว่าถ้าเราคลุกคลีกับมันมากๆ มันก็รู้เองได้นะ ตอนอายุ 13 ผมเริ่มทำไปด้วย เรียนไปด้วย ถ้าพีเจจริงๆ คือประมาณ ม.4 ม.5 ตอนนั้นมีงานโปรดิวซ์ให้ศิลปินคนอื่นอยู่แล้ว เป็นหัวหน้า Music Production คือมีนักดนตรีมาอัด ภายได้สก็อท์ที่ผมเขียนไว้ ภายได้โอเดียที่ผมคิดขึ้นมา

คิดว่าต้องใช้ประสบการณ์ขนาดไหนในการทำงาน โปรดิวเซอร์

ของผมนั้นเริ่มต้นเร็วครับ บางคนบอกว่า เฮ้ย นายอายุ ยังน้อยแล้วขึ้นมาอยู่ตรงนี้ได้ยังไงวะ ผมจะบอกว่า ผมเริ่มต้นเร็วใจ คือบางคนเรียนดนตรีจบตอนอายุ ประมาณ 21 พออายุ 26 ได้เป็นโปรดิวเซอร์ แล้วมันต่างยังไงกับผมที่เริ่มต้นตอนอายุ 13 เวลาของผมกับเขาที่ใช้เรียนรู้ก็เท่ากัน เพียงแต่ผมเริ่มเร็วกว่า

ก่อนมาถึงจุดนี้ มีบางช่วงที่รู้สึกท้อไหม

ไม่รู้สึกอย่างนั้นเลย ผมมีแต่ไฟ คือช่วงนั้นเรียกว่าบ้าเลยก็ได้ ไฟแรงมาก ไม่มีใครเชื่อในตัวเรา เพราะว่าเราเป็นเด็ก ไม่เคยมีเด็กที่เดินเข้าไปค่ายเพลงแล้วขอทำโปรดิวซ์ เติมที่เขาคิดว่าเราไปขอสมัครงาน เขาอาจจะถามว่า มาทำอะไรน้อง เก็บสายไฟหรือ (หัวเราะ)

ตอนนั้นอายุเท่าไร รู้จักใครตอนที่เดินเข้าไปสมัคร ตอนนั้นอายุประมาณ 14-15 ผมมีรุ่นพี่ที่รู้จักบ้าง ก็ให้รุ่นพี่ช่วยฝาก แต่สุดท้ายก็ไม่ได้ทำ และตอนนั้นก็ไม่ได้ถึงงานอะไรเข้าไปด้วย ไม่มีเลย

อยู่ๆ ก็มาดังจากยูทูบ

ตอนนั้นผมปล่อยเพลงไว้ในยูทูบ ผ่านไปประมาณ 1 ปี แล้วก็เพิ่งมาได้ยินบนรถแท็กซี่ วันนั้นจะไปเตะบอลกับเพื่อน ผมก็ตกใจ นั่นคือเพลง *หน้าหนาวที่แล้ว* สรุปก็คือคนโทรไปขอเพลง พอรู้ว่ามีคนฟัง ผมก็เลยเข้าไปเช็คเพลงของตัวเอง หยิบโทรศัพท์ขึ้นมาเช็ชตรงนั้นเลย ปรากฏว่ามีคนเข้ามาฟังเยอะมาก ตกใจมาก สำหรับผมตอนนั้นล้าหน้าคิดว่าเยอะมาก ไม่เคยแชร์ที่ไหนมาก่อน ตอนนั้นอายุ 19 ปลายๆ ชนะ

“ผมว่าการเรียนดนตรีก็เหมือนภาษาะ เราไม่เคยเรียนภาษาไทย แต่เราก็พูดได้เอง ดนตรีก็เป็นแบบนั้น เราไม่เคยเรียน แต่ฟังเรื่อยๆ แล้วเราก็อยากเล่นให้ได้แบบนั้นบ้าง มันก็แค่นั้นเอง ผมเชื่อว่าสมองคนเรามีพัฒนาการ ถ้าอยากเล่นมันก็จะทำทุกวิถีทางที่จะได้เล่น”





แข่งกีตาร์แล้ว แต่ส่วนใหญ่คนจะรู้จักผมในฐานะของ นักแต่งเพลงและแชมป์กีตาร์ร็อก (Overdrive Guitar Contest ครั้งที่ 9) ไม่เกี่ยวกับการเป็นศิลปินเลย

ตอนที่ประกวด ใครเป็นคนส่ง

ผมส่งตัวเองครับ ผมไม่ได้คิดว่าจะชนะอยู่แล้ว แต่พอถึงวันสุดท้ายของกำหนดส่งเข้าประกวด เพื่อนผม เอากีตาร์มาเปลี่ยนสาย แล้วก็กีตาร์เพื่อนแพงมาก ประมาณแสนกว่าบาท ผมอดใจไม่ได้จริงๆ ก็เลยบอกเพื่อนว่าขอยืมถ่ายคลิปหน่อย ถ่ายเล่นๆ เลย แล้วก็ส่งคลิปไป ก็เข้ารอบแรก และเข้ารอบลึกไปเรื่อยๆ พอต้องเล่นจริงก็ขอยืมกีตาร์ของพี่แชมป์ Instinct (ธนะช เมทะนะยานนท์) ครับ แล้วก็ตุ้มแอมป์ของอีกคนหนึ่ง เท่ากับว่าวันนั้นสิ่งเดียวที่เป็นของผมคืออึก

แล้วชอบเรื่องการร้องเพลงอยู่แล้วหรือเปล่า

ไม่เลยครับ ผมเป็นคนเบื่องหลังมาตั้งแต่แรกอยู่แล้ว ผมไม่ได้อยากเป็นนักร้องอะไรทั้งนั้น เพราะผมไม่ถนัดเท่าไร เราไม่ใช่เอ็นเตอร์เทนเนอร์

แล้วเพลงที่ร้องอยู่ ใครออกแบบการร้องให้

ผมคิดทำเองครับ มันเริ่มมาจากเพลง *หน้าหนาวที่แล้ว* คือผมตั้งใจทำเพลงนี้ขึ้นมาเพื่อไปขายค่ายอาร์เอส ให้ศิลปินคนหนึ่งในกามาแชร์ ซึ่งพอตีว่าเขาปฏิเสธ กลับมาว่าไม่เอา เขาไม่ซื้อ ผมก็เลยเสียดายมากกว่า ไม่มีใครร้องเลย สองเดือนต่อมา ผมหางานที่จะส่งคนอื่น แล้วพอตีว่ามันผ่านกลับมาที่เพลงตัวเองที่เรา

ทำไว้เนี่ย เราก็รู้สึกเสียดาย กว่าเราจะไปฝากโซนี่โฟนกว่า จะทำอะไรลงไปทั้งหมดมันช่างยาวนาน เราก็เลยคิดว่า อัดเอง ร้องเองแล้วกัน เพราะอย่างหนึ่งที่เราไม่เคยทำ คือร้องเพลง นั่นก็เลยเป็นเพลงแรกที่ร้องแล้วก็อัดเอง

ดนตรีทุกอย่างในเพลงนั้น คุณเป็นคนอัดเอง

ทำคนเดียว mix mastering คนเดียวครับ ตอนนั้นไม่มี นักดนตรี ไม่มีลูกน้องช่วย เราก็ต้องทำโปรดักชันเอง คนเดียว เล่นเองทุกอย่าง กลอง คีย์บอร์ด กีตาร์ เบส แชกโซโฟน เพอร์คัสชัน

ตอนอยู่ในแก๊งค์แล้วเสิร์ชเจอว่าได้ล้านวิว รู้สึกว่า

ตัวเองเป็นที่รู้จักหรือยัง รู้สึกอย่างไรบ้างตอนนั้น ตอนนั้นรู้สึกทุกอย่างเลยครับ มันงง เอ๊ะ ใครหลงเข้ามาฟังวะ คิดผิดหรือเปล่า วันนั้นผมจะไปเตะบอล กับเพื่อน พอถึงที่ก็รีบบอกเพื่อนเลยว่า เฮ้ย ใครแก๊งค์กู หรือเปล่าวะ เพื่อนก๊งนะ เพลงที่เราไม่เคยแชร์เลย สักครั้งมันมีคนเข้ามาฟัง แล้วตอนนั้นคือมันพุ่งเลย จากล้านก็ขึ้นไปตลอด เป็น 5 ล้าน จาก 5 ไปเป็น 10 เป็น 20 เป็น 40 ตอนนั้นน่า 40 กว่าๆ

กอยมีความดีใจในการที่จะพิสูจน์ตัวเอง ประกวด การเล่นกีตาร์ เดินไปค่ายเพลงเอง ตอนนั้นกอย มีความเชื่อในความสามารถของตัวเองมากน้อย แค่ไหน

ผมว่าสิ่งที่หลายๆ คนทำนะ ผมสามารถทำได้ ผมก็แค่ รู้สึกว่าอยากลองทำบ้าง พอทำแล้วเราก็ทำได้นี้ ก็แค่ เอาผลงานที่ลองทำไปส่งเขา

ตอนนี้ยังมีอะไรที่อยากพิสูจน์ตัวเองอีกไหม

เรื่องนี้ผมว่ามันไม่จบไม่สิ้นนะครับ อย่างเราขึ้นมาอยู่ ตรงนี้ได้ เราก็อยากทำอะไรใหม่ๆ ให้กับวงการ

คิดว่าวงการเพลงในอนาคตจะเป็นอย่างไร

ไม่ค่อยแน่ใจเลย คือถ้าคิดเป็นกราฟ มันขึ้นไปตามสิ่งที่ ควรจะเป็น จากนั้นก็จะมียางหนึ่งที่ตั้งลงมา แล้วก็เกิด วิถีจักรขึ้นไปใหม่ อย่างปีที่ผ่านมา 70s 80s 90s 2000s ถูกดึงลงมาเป็น 80s รสนิยมของคนกลับมาที่เดิม 80s 90s 2000s แล้วมันจะเป็นยังไงต่อเราก็ไม่รู้ แนวเพลง ที่หายไปถูกนำกลับมาประยุกต์ใช้ให้มันทันสมัย แล้วก็ กลายเป็นสิ่งใหม่ ทั้งๆ ที่แต่ก่อนผู้ใหญ่มองว่าเซย แต่เด็กสมัยใหม่มองว่าโคตรล้ำ มันคล้ายๆ แฟชั่น

เพลงยุคไหน แนวไหนที่ฟังได้เรื่อยๆ ไม่เบื่อ

ผมชอบฟังหลายแนวมาก ตอบตัวเองไม่ได้ ผมฟัง ทุกแนว แจ๊ส ลูกทุ่ง แม้กระทั่งเพลงในฉบับก็ฟัง

ยังโตไม่พอที่จะรู้ว่าชอบแนวไหนหรือเปล่า

ผมมองตรงข้ามครับ อย่างได้รับโจทย์มาวันนี้ว่าให้ทำ

วง POTATO ผมก็ต้องทำร้อง แต่ขณะเดียวกันผมก็ต้องทำให้กับนิว-จิ๋ว ถ้าเราเลือกฟังแนวใดแนวหนึ่งแล้วเราชอบ จบเลย การโปรดิิวซ์จะไม่เกิดอะไรใหม่ๆ ขึ้นมาทุกอย่างจะอยู่กับที่ เหมือนทำอาหารนะครับ ถ้าเราชอบกินเผ็ด เราก็จะทำหวานไม่ขึ้น

ทุกวันนี้คุณแม่มองความสำเร็จของกอยอย่างไร
คุณแม่ไม่ได้ยุ่งเลย ด้วยความที่บ้านผมเป็นคนดู ทั้งคุณแม่ คุณป้า กลายเป็นว่าพอเราขึ้นมาได้ถึงจุดนี้เต็มที่เขาอาจจะไม่ได้บอกเราว่า “เฮ้ย ลูกเก่งมาก” เขาก็แค่ปล่อยให้ทำอะไรก็ได้ทำ แม่จะไม่ยุ่ง ไม่ห้าม

ในเมื่อที่บ้านเข้มงวด แล้วกอยสื่อสารอย่างไรเพื่อจะทำได้ในสิ่งที่ชอบ

ก็เหมือนขอของเล่นนะ เราก็พูดตรงๆ ว่า “แม่ครับ ทอยอยากโปรดิิวซ์” แม่ก็ท้วงว่า “จะบ้าหรือเปล่า โปรดิิวซ์อะไร” นี่เป็นคำพูดของแม่ และเป็นประโยคที่ผมจำจนทุกวันนี้ “กลับไปเรียนเลขก่อน” ตอนนั้นผมกำลังเรียนตรีโกณมิติ เราารู้สึกว่าถ้าเราเรียนจบ ม.6 แล้วไปเรียนด้านดนตรีที่เราอยากเรียน เมื่อเราอายุ 22 เราจะรู้เขาได้ไหม เลยคิดว่าเราเลือกทำวันนี้ไปเลยดีกว่า ผมอยากทำอะไร ผมต้องได้ทำเท่านั้น ตอนนั้นผมต้องมากับสิ่งที่ผมไม่เชื่อ ผมเป็นคนที่ยากจะรู้อะไรต้องได้รู้ ผมค้างคามากกว่าเพลงมันเกิดขึ้นมาอย่างไร แค่คำถามเดียวทำให้เราเป็นถึงขนาดนี้

รู้สึกว้าโฮคดีใหม่ที่มาถึงจุดนี้ได้

มากเลยครับ ผมไม่คิดว่าจะขึ้นมาจุดนี้ได้ เราไม่ใช่ นักร้องที่เริ่มต้นจากการอยากร้องเพลง ผมแค่คิดว่าวันนี้เราอยากเดินเข้ามาสร้างอะไรใหม่ๆ ให้กับวงการ

กอยเริ่มเล่นดนตรีด้วยกีตาร์เป็นหลักโดยที่ไม่ได้เรียนเป็นเรื่องเป็นราว แต่ฝึกฝนเอง รู้ได้อย่างไรว่าช่วงไหนต้องเล่นอย่างไร โน้ตตัวนี้อยู่ตรงไหน ช่วงไหนต้องโซโล

ตอนเป็นเด็กเราก็พูดผิดๆ ถูกๆ นะครับกว่าจะคุยรู้เรื่องก็กีตาร์ก็เหมือนกันครับ กว่าเราจะหาเจอว่ามันพูดอะไร เราก็ลองหัดพูดดูบ้าง คิดแค่นั้น ผมไม่เคยคิดว่าซีเมเจอร์สเกลประกอบไปด้วย 3 5 7 9 หรืออะไรทั้งนั้น

การฟังเพลงสมัยก่อนจะมีวลีลูกแมนหรือชาวดี-อะเบาดี กอยรู้จักไหม
วลีลูกแมนคืออะไรครับ แต่ชาวดีอะเบาดีรู้จัก

วลีลูกแมนก็เป็นเครื่องเล่นชาวดีอะเบาดียี่ห้อหนึ่ง ถัดจากยุคแผ่นเสียง คาสเซตต์ ก่อนจะเข้าสู่ยุคซีดี ที่บ้านยังมีคาสเซตต์ไหม

มีครับ ผมชอบยุคนั้นเพราะผมรู้สึกว่าเพลงมีค่าและจับต้องได้ มันเป็นเรื่องที่ตรงข้ามกับสมัยนี้ที่เพลงมีราคา

“ผมมองว่าเพลงเหมือนต้นไม้ครับ เดินไปทางไหนก็มีแต่ต้นไม้ ทีนี้อยู่ที่ว่าเราเดินไปต้นไหนแล้วรู้สึกเย็น เรารู้สึกว่าต้นนี้ใหญ่ดี เราก็หยุดพักตรงนั้น นั่นคือสิ่งที่มันเกิดขึ้น มีใครไปหย่อนไปปลูกไว้ อะไรแบบนี้”

ถูกว่าซาเซียว 19 บาท ในบางแอปพลิเคชันเพลงถูกมากเลย แต่เราก็ไม่ซื้อ สมัยก่อนไวโนลซีดีแผ่นหนึ่งเป็นหลักร้อย หลักพัน ยุคนั้นเป็นยุคเฟื่องฟูสำหรับวงการเพลง

ทำไมกอยถึงหลงใหลเพลงานเพลงที่จับต้องได้ เพราะเด็กยุคใหม่ส่วนใหญ่โตมากับยูทูบ โพรเซส และสตรีมมิง

ที่ชอบเพราะผมคิดว่าเพลงสมัยก่อนเพราะกว่าเพลงสมัยนี้ อย่างที่ผมบอก เพลงสมัยก่อนมีราคาแพงกว่าตอนนี้ก็อีก ในยุคนั้นค่าเงินก็ต่างกันด้วย แล้วคนก็ซื้อฟังกันเยอะมาก ขณะที่ตอนนี้ทุกคนไม่ซื้อเพลง

เพราะฟังได้ฟรี...

ใช่ครับ ผมเลยคิดว่าตอนนั้นเพลงน่าจะเป็นอะไรที่มีค่ามากๆ ทำให้ผมอยากรู้จักการฟังเพลงในยุคนั้นมากกว่าตอนนี้

เดี๋ยวนี้การดาวน์โหลดหรือสตรีมมิงมันง่ายจนเพลงอยู่ในชีวิตเรา สามารถฟังได้ตลอดเวลา โดยส่วนตัวกอยมองคุณค่าของเพลงอย่างไร

ผมมองว่าเพลงเหมือนต้นไม้ครับ เดินไปทางไหนก็มีแต่ต้นไม้ ทีนี้อยู่ที่ว่าเราเดินไปต้นไหนแล้วรู้สึกเย็น เรารู้สึกว่าต้นนี้ใหญ่ดี เราก็หยุดพักตรงนั้น นั่นคือสิ่งที่มันเกิดขึ้น มีใครไปหย่อนไปปลูกไว้ อะไรแบบนี้

เพื่อนๆ ชื่อเพลงของกอยไหม

ไม่ซื้อครับ นอกจากไม่ซื้อแล้วยังบอกเราว่า “อย่าเปิดให้กูฟังนะ” (หัวเราะ)

กอยสร้างเพลย์ลิสต์บ้างไหม เวลาฟังแบบสตรีมมิง
เคยสร้างอยู่ครับ แต่ตอนนี้ไม่ได้สร้างแล้ว แต่ก่อนเพลงที่ฟังก่อนนอนก็จะเป็นพวกอาร์แอนด์บี ถ้าฟังตอนวิ่งก็จะเน้นสเต็ป ฟังตอนกินข้าวอาจจะฟังเพลงแจ๊ซ ผมจะเซตลิสต์ไว้ก่อนนั้น



ตอนอายุ 13 เพลย์ลิสต์ของทอยเป็นอย่างไร

ตอนนั้นผมฟังทุกอย่างครับ ไม่เคยหยุดนิ่งเลย เข้าห้องน้ำก็มีเพลย์ลิสต์ มีแทบจะทุกช่วงของวันเลย ถ้าวันไหนเจียบบิบจะอยู่ไม่ได้ครับ จะรู้สึกว่ามันเจียบมาก กลายเป็นว่าผมเสทติดเสียงเพลงไปแล้วในตอนนั้น เป็นอย่างนั้นประมาณ 2-3 ปี สุดท้ายก็เริ่มคลายลง

มีช่วงที่ฟังดนตรีจนเบื่อไหม

สำหรับผมจะฟังเพลงเดิมจนเบื่อก่อนแล้วค่อยเปลี่ยนเพลงหนึ่งก็จะฟังอยู่ประมาณ 7 วันจนเบื่อ แล้วก็เปลี่ยน

ที่ผ่านมามีเพลงอะไรที่ฟังนานที่สุด

น่าจะเป็น *Let It Snow* ของ Boyz II Men เก๋ามากครับ แล้วน้อยคนที่จะรู้จักเพลงนี้ ทาฟังกยาก

อาร์แอนด์บีคือแนวเพลงที่ชอบและมีผลต่อการร้องของทอยใช้ไหม

ใช่ครับ มันซึมซับมาจากพวกนี้ แต่ตรงกันข้าม ก็ตัวของเราเป็นร็อก

เพลงไทยที่ชอบล่ะ... The Toys ใส

The Toys เพลงของใครครับ ผมไม่รู้จักเลย (หัวเราะ)

5 เพลงที่ฟังบ่อยที่สุดตอนนี้

(นึกนาน) เพลงแรก *Let It Snow* ของ Boyz II Men ผมยังฟังอยู่ ไม่เบื่อเลย แล้วก็เพลง *Gang* ของ YB เป็นกลุ่มฮิปฮอปสมัยใหม่กึ่งใต้ดินนิดๆ ของไทย แล้วก็เพลง *Physical Education* ของ Animals As Leaders สื่อก็คือ *พบกันใหม่* ของ Polycat แล้วเพลงสุดท้ายก็คือ *Bubbly* ของโคลบี้ คัลเลต์

เพลงที่ชอบที่สุดที่แต่งเองล่ะ

ผมชอบเพลง *ถ้าตรงนั้นมีความสุข* ของนิว-จิว

ซีดีแผ่นสุดท้ายที่ซื้อคือ...

Tattoo Colour ชุดที่เป็นปลาหมึกนั้นะครับ (ตรงแนวๆ, 2553)

แล้วสตรีมมิงเจ้าไหนที่เราฟัง

ฟังหมดเลยครับ

เจ้าไหนที่ฟังบ่อยสุด

เอาจริงๆ ผมตอบไม่ได้ เพราะว่าผมฟังไปหมดเลยเพลย์ลิสต์ที่เปิดบางทีไม่รู้ชื่ออะไร

วันหนึ่งทอยแทบจะอยู่กับเพลงตลอด 24 ชั่วโมง...

ใช่ครับ

โลกนี่คือเสียงเพลง

ใช่ครับ โลกนี่คือเสียงเพลง

MUSIC S

เรื่อง พิชา พูนพิริยะ

SPOTIFY-APPLE MUSIC-JOOX สตรีมมิงมิวสิกไหนที่เหมาะสมกับคุณ



CHARACTER



BACKGROUND



SPOTIFY

มิวสิกไต่แรกเตอร์สุดฮิป

สตรีมมิงมิวสิกยักษ์ใหญ่จากสวีเดนที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2008 เพื่อสร้างแพลตฟอร์มการฟังเพลงอย่างถูกลิขสิทธิ์และถูกกฎหมาย และสนับสนุนศิลปินเจ้าของผลงานให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ ออกมาได้อย่างต่อเนื่อง มียอดผู้ใช้บริการมากกว่า 140 ล้านคนในกว่า 61 ประเทศ โดยประเทศล่าสุดที่ Spotify เพิ่งขยายปีกมาถึงอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 22 สิงหาคมที่ผ่านมาคือ ประเทศไทย Spotify ได้ชื่อว่าเป็นมิวสิกไต่แรกเตอร์ เพราะคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านดนตรีจริงๆ เท่านั้นเข้ามาทำงานในองค์กร คิดเพลงระดับคุณภาพและตรงใจผู้ใช้งาน และที่ล้ำหน้าไปกว่านั้นคือ Spotify ใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI (Artificial Intelligence) เป็นตัวช่วยในการสร้างสรรค์เพลย์ลิสต์เพื่อให้ตรงจริตการฟังเพลงของผู้ใช้งานแบบสุดๆ



APPLE MUSIC

นักธุรกิจชาวต่างชาติ
วัยกลางคน

ยุคบุกเบิกของสตรีมมิงมิวสิกที่ผันตัวมาจาก iTunes คือ Apple Music ถ้าเปรียบเป็นคนก็ชวนให้นึกถึงนักธุรกิจพันล้าน แต่ด้วยความที่มาก่อนใคร ทำให้ Apple Music มีบริการและการใช้งานที่สะดวกสำหรับคนใช้ Apple เหมือนกันมากกว่า แม้ภายหลังจะใจกว้างเปิดให้ชาวแอนดรอยด์ดาวน์โหลดไปใช้ได้ แต่ก็ยังมีขั้นตอนพอสมควร



JOOX

วัยรุ่นสัญชาติไทยที่รัก
เสียงเพลงเป็นชีวิตจิตใจ

เปิดตัวอย่างเป็นทางการที่ฮ่องกงในเดือนธันวาคม 2014 และเปิดให้บริการในหลายประเทศในเอเชีย ทั้งอินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทยเป็นประเทศที่ 4 ที่ได้ทำความรู้จักกับ JOOX ให้ภาพของวัยรุ่นอย่างชัดเจน เพราะมีลูกเล่นเยอะและตอบใจยกีไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่พักพิงกับโซเชียลมีเดีย ที่สำคัญคือมีคลังเพลงไทยเยอะที่สุด และยังเป็นบริการสตรีมมิงมิวสิกเจ้าเดียวที่ฟังเพลงจากค่าย RS ได้

THE VERDICT

ไม่ว่าจะ Spotify, Apple Music หรือ JOOX ก็มีความต่างต่างกันออกไป หากจะเทียบกันที่ราคาก็แทบจะไม่ต่างกันเลย ดังนั้นคงต้องมาดูที่จริตนิสัยและไลฟ์สไตล์ในการฟังเพลงของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญ ใครที่เป็นสาวกเพลงไทย JOOX เป็นตัวเลือกที่แข็งแกร่งที่สุด แต่ถ้าอยากลองสตรีมมิงมิวสิกที่มาพร้อมกับปัญญาประดิษฐ์ รู้จักใจผู้ใช้งานไปเสียหมด Spotify ก็คงตอบใจยกีได้เป็นอย่างดี แต่ถ้าคุณเป็นสาวก Apple ตัวเลือกของคุณก็ย่อมหนีไม่พ้นสตรีมมิงมิวสิกพี่ใหญ่อย่าง Apple Music ไปได้

TREASURING

เกิดขึ้น ตั้งอยู่ ดับไป เป็นสัจธรรมจริงแท้ ยุคสมัยหนึ่งศิลปินวัดความสำเร็จกันที่ยอดขายเทป ต่อมาไม่นานซีดีก็ค่อยๆ คืบคลานเข้ามาตามด้วยมินิดีสก์และไฟล์เอ็มพีสาม จากสมัยที่มนุษย์เคยมีเครื่องเล่นวอล์กแมนติดตัว เปลี่ยนเป็นยุคที่มนุษย์มีคลังเพลงในมือมหาศาล Music Streaming เป็นทางเลือกใหม่ของการฟังเพลง THE STANDARD รวบรวมข้อมูลพื้นฐาน ความเหมือน ความต่าง ระหว่างบริการ 3 สตริ่มมิง คือ Spotify, Apple Music และ JOOX มาเล่าสู่กันฟัง



LOOK & FEEL

สมาร์ทแบบไปทิ้งกลิ่นอาย ความอึบ สีหลักคือ ดำ-เขียว ให้อารมณ์ขรึมแต่ จัดแบ่งบริการอย่างเป็นสัดส่วนชัดเจน



LIBRARY

คุณภาพเสียงดีงาม จำนวนเพลงมากมาย มหาศาลประมาณ 30 ล้านเพลง มากที่สุดเมื่อเทียบกับที่อื่นๆ



STRENGTH

Spotify เรียนรู้รสนิยมการฟังเพลงของผู้ใช้งาน และจัดหาเพลงแนวที่เราชอบมาป้อนให้ฟังมากขึ้นๆ เชื่อมต่อกับเพื่อนในเฟซบุ๊กของผู้ใช้งาน และมีบริการพอดแคสต์ด้วย 'Spotify Running' ยังออกแบบมาเพื่อคนชอบออกกำลังกายไปด้วย ฟังเพลงไปด้วย



UTILITY



ฟังผ่านมือถือระบบ iOS หรือ Android และฟังผ่านเว็บเบราว์เซอร์ได้ หรือจะดาวน์โหลดมาเป็นโปรแกรมทั้งไว้ในคอมพิวเตอร์เลยก็ได้



สีขาวสะอาดของหน้าหลักดูเป็นมิตร สบายตา แต่สะท้อนความนิ่งแบบมีพิธีรีตองอยู่ และช่วยขับให้อัลบั้มต่างๆ เด่นชัดสะดุดตามากขึ้น

มีคลังเพลงขนาดใหญ่ 30-40 ล้านเพลง ทุกชาติทุกภาษา

ด้วยสายสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับศิลปิน Apple Music จึงปล่อยเพลงพิเศษจากศิลปินดังๆ ให้ฟังก่อนใคร



สามารถดาวน์โหลดเพลงเก็บไว้ฟังแบบออฟไลน์ได้ทุกเพลง



หน้าหลักใช้สีดำและสีเขียว เช่นเดียวกับ Spotify แต่ JOOX ให้อารมณ์สนุกและมีลูกเล่น แพร่พรราวอยู่เต็มหน้าจอ และสามารถปรับแต่งธีมหรือหน้าตาของแอปพลิเคชันได้ด้วย

คลังเพลงยังน้อยกว่าใครเขา มีเพียงแค่ 3.5 ล้านเพลงเท่านั้น

เด่นที่สุดเรื่องความสัมพันธ์แบบแน่นกับศิลปินไทย ครอบคลุมถึงแนวเพลงลูกทุ่ง และมีลูกเล่น JOOX Live ที่ชวนศิลปินไทยมาพูดคุยหรือเล่นดนตรีให้ฟังสดๆ ที่โดดเด่นไปกว่านั้นคือสามารถพ่วงกับเนื้อเพลงให้ผู้ใช้งานเข้าโหมดการโอเคได้ หรือจะดาวน์โหลดเนื้อเพลงแต่ละก่อนแล้วนำไปแปะบนรูปเพื่อแชร์ให้เพื่อนก็ได้ JOOX ยังแหวกแนวกว่าตรงที่มีบริการฟรีสำหรับคนที่ไม่อยากจ่ายเงินเลย



สามารถดาวน์โหลดเพลงเก็บไว้ฟังแบบออฟไลน์ได้ ฟังผ่านเว็บเบราว์เซอร์ได้

อย่างไรก็ตาม ในจักรวาลแห่งความเปลี่ยนแปลง นวัตกรรมมากมายเกิดขึ้น ตั้งอยู่ แล้วก็ดับไป ขึ้นอยู่กับว่าใครจะปรับตัวกันหรือล้าหน้าจังหวะเคลื่อนขยับของโลกได้ทันท่วงท่ามากกว่ากัน วันนี้อาจเป็นชั่วโมงเรืองรองของบริการสตรีมมิงมีวลีให้คนรักเสียงเพลงเสพดนตรีง่ายดายน่าทึ่งได้จากในอากาศ แต่ใครจะรู้ ในอนาคตข้างหน้า โลกใบนี้จะหมุนเหวี่ยงความสำราญแบบใดมาให้เรารู้จักกันอีกบ้าง



อ่านเพิ่มเติมได้ที่
THESTANDARD.CO

FROM STAND ALONE CINEMAS TO STREAMING SERVICES



ทุกอย่างมีวงจรของมัน และการเสฟสื่อภาพยนตร์ มีช่วงพัฒนา ผ่านการเปลี่ยนแปลง และเผชิญกับ ภาวะเสื่อมถอยไม่ต่างกัน

ไม่ต้องย้อนหลังกลับไปไกล คนในวัยต่ำกว่า 20 ปี อาจจะไม่ได้อ่านว่ากรุงเทพมหานครเคยมี โรงหนังตั้งตระหง่านแบบที่เราเรียกกันติดปากว่า ‘สแตนดอะ-ไอน์’ อยู่มากมายตามถนนสายสำคัญ มากกว่าจำนวนห้างสรรพสินค้าในปัจจุบัน

แต่อารยธรรมที่ก้าวหน้าที่สุดยังมีความลุ่มลึกลับ เป็นเงาตามตัว อุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์ที่เคยเฟื่องฟู เพื่อรองรับหนังไทยที่ผลิตกันปีละหลายร้อยเรื่อง ใน ยุคหนึ่งได้รับผลกระทบจากปริมาณหนังที่ลดต่ำลง ขณะที่เจ้าของธุรกิจปรับตัวด้วยการเปิดโรงภาพยนตร์ แบบมัลติเพล็กซ์ และพาตัวเองเข้าสู่ที่ตั้งใหม่อย่าง ห้างสรรพสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค

13 มกราคม พ.ศ. 2532 วันที่ศาลาเฉลิมไทย โรงหนังความจุมากกว่า 1,000 ที่นั่งถูกรื้อทิ้ง น่าจะเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อให้เห็นการมาถึงจุดจบของธุรกิจ โรงหนังแบบดั้งเดิมๆ ได้เป็นอย่างดี ก่อนที่ชื่ออื่นๆ ทั้งแมคเคนนา ฮอลลีวูด เมโทร โคลีเซียม ไอเอ

วิษุทธ ปะปะ-พันธิพงษ์

อีเอ็มไอ เพอร์ซิเดนท์ และสยาม จะเลื่อนหายไปตามกาลเวลา

ทุกวันนี้ โรงหนังสแตนดอะโกลนในเขตกรุงเทพฯ ที่ฉายหนังใหม่เหลือจำนวนน้อยแค่นับนิ้วมือข้างเดียวได้ หรือการมาถึงของวัฒนธรรมสตรีมมิง คือฟางเส้นสุดท้ายที่จะปลิดชีพธุรกิจโรงหนังให้จบบริบูรณ์

คำถามเดียวกับข้างต้นได้รับการพูดถึงทั่วโลก ซีเอ็นบีซีหยิบยกประเด็นนี้มานำเสนอเมื่อปีที่แล้ว และมีมุมมองจากคนในวงการที่น่าสนใจแบบที่คนวงนอกอาจจะไม่เคยเห็น

ทิม ริชาร์ดส์ ผู้บริหารสูงสุด เครือโรงภาพยนตร์ วู ชินีมาส์ (Vue Cinemas) เจ้าใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักรกลับมองว่า “เน็ตฟลิกซ์ไม่ใช่คู่แข่งของเรา อินเทอร์เน็ตไม่ใช่ แต่เป็นการแข่งขันกีฬา โรงโบว์ลิง และในศตวรรษต่างหาก”

ทิมให้สัมภาษณ์ในเดือนกันยายน ปี 2559 โดยก่อนหน้านั้นหนึ่งปี ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในอังกฤษทำลายสถิติในเรื่องรายได้ หลังจากปี 2557 ถือเป็นปีที่นำผิวดวงทั่วโลก โดยทิมมองว่าสตูดิโอใหญ่ๆ คาดการณ์ผิด ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ทุก 5 หรือ 6 ปี

“ทุกคนต่างคิดว่าอุตสาหกรรมนี้มาถึงจุดจบ เน็ตฟลิกซ์เข้ามาตีตลาด และอะไรก็มากมาย แต่หนังแยกๆ ต่างหาก (ที่ทำให้ธุรกิจซบเซา)”

ตัวแทนเน็ตฟลิกซ์ประเทศไทย ตอบข้อสงสัยของทิม THE STANDARD เรื่องวัฒนธรรมการเสพสื่อภาพยนตร์ที่กำลังเปลี่ยนโฉมหน้าไปดังนี้

“เน็ตฟลิกซ์ไม่ได้กำลังหาทางเข้ามาแทนที่ประสบการณ์การชมภาพยนตร์ในโรงหนัง เราแค่มอบตัวเลือกและขยายทางเลือกให้กับผู้บริโภคแบบที่เราทำกับซีรีส์ทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์เรื่องเยี่ยมๆ มีอยู่ทุกหนทุกแห่งทั้งในโรงภาพยนตร์และที่บ้าน เราเพียงมอบโอกาสให้ผู้บริโภคเลือกว่าจะชมเมื่อไร ที่ไหน และชมอย่างไร”

ตัวแทนเน็ตฟลิกซ์ยังเสริมว่า ผู้คนทั่วโลกชอบการเสพสื่อบันเทิง แต่โลกที่เปลี่ยนไปทำให้คนบางกลุ่มอาจไม่ชอบประสบการณ์เดิมๆ แบบที่ผู้บริโภคต้องชมในสถานที่เฉพาะ และในเวลาที่กำหนดเท่านั้น

มีว-ศรัญญา มานะมูติ หนึ่งในผู้ก่อตั้งแบงค็อก สกรีนนิ่ง รูม (Bangkok Screening Room) มองว่าหนังมีศาสตร์เฉพาะของตัวเอง และถ้าได้ฉายบนจอใหญ่ ความเป็นศิลปะของหนังจะสมบูรณ์

“เรามีความเชื่อแบบนั้น หนังเป็นศาสตร์ที่ฝึกซ้อมร่ำมากจริงๆ เราจะนิยามหนังได้หลายแบบ นิยามมันกว้าง สมัยนี้มีโทรศัพท์มือถือซึ่งสามารถถ่ายภาพแล้วใช้แอปพลิเคชันทำให้เป็นหนังสั้นๆ ได้ แต่ในเรื่องของอาชีพที่คนส่วนหนึ่งตั้งใจจะไปถึงจุดนั้น มันก็ต้องมีการฝึกฝนพัฒนาตัวเอง ซึ่งคงจะเป็นระดับที่ไม่ใช่แค่ถ่ายเล่นซ้ำๆ”

“บางทีคนส่วนใหญ่ อาจจะไม่รู้ว่าการทำหนังเรื่องหนึ่ง ถึงแม้ไม่ใช่หนังฮอลลีวูด ที่มียกประมาณ 30-50 ล้านเหรียญ ก็มียกไม่ได้มีแค่ผู้กำกับและนักแสดง มีทั้งทีมเสียง ทีมไฟ และทุกอย่าง และทีมใหญ่ขนาดนี้ ถ้าคุณมาดูผ่านจอมือถือ คุณจะเห็นอะไรบ้าง ประสบการณ์การรับรู้ผ่านจอหนังกับจอมือถือมันต่างกัน”

ศรัญญาเชื่อว่า แม้โลกจะเปลี่ยนไป แต่ยังมีคนกลุ่มหนึ่งที่หลงไหลศาสตร์ภาพยนตร์แบบเดิมอยู่พอสมควร เพราะหนังบางเรื่องยังได้รับการสร้างสรรค์มาเพื่อชมผ่านจอใหญ่ และเธอก็หวังว่าสิ่งที่เธอและหุ้นส่วนทำจะช่วยรักษาประสบการณ์การดูหนังในโรงภาพยนตร์ไปเรื่อยๆ

“บางทีคนส่วนใหญ่อาจจะไม่รู้ว่าการทำหนังเรื่องหนึ่ง ถึงแม้ไม่ใช่หนังฮอลลีวูดที่มียกประมาณ 30-50 ล้านเหรียญ ทีมหนึ่งไม่ได้มีแค่ผู้กำกับและนักแสดง มีทั้งทีมเสียง ทีมไฟ และทุกอย่าง และทีมใหญ่ขนาดนี้ ถ้าคุณมาดูผ่านจอมือถือ คุณจะเห็นอะไรบ้าง ประสบการณ์การรับรู้ผ่านจอหนังกับจอมือถือมันต่างกัน”

คิว-วิษุทธ ปิยะประพันธ์พงษ์ ผู้จัดการโรงภาพยนตร์ เอ๊าส์ อาร์ซีเอ แสดงความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า “โรงหนังได้รับการออกแบบให้เรามีสมาธิกับเนื้อหา เสียงที่คมชัดกว่าดูที่บ้านและความมืดในโรงกับจอที่ใหญ่เติมตา หนังเรื่องเดียวกัน ดูที่บ้านกับดูที่โรง ให้ความรู้สึกไม่เหมือนกันเลยนะ ดูที่โรงจะได้อารมณ์ร่วมที่ชัดเจนกว่า”

เอ๊าส์เป็นโรงหนังสแตนดอะโกลนไม่กี่แห่งที่มีอยู่ในกรุงเทพฯ และจุดยืนในการฉายหนังนอกกระแสที่มีคนดูเฉพาะกลุ่มน่าจะทำให้โรงที่ฝาดลื่นแห่งการเปลี่ยนแปลงมาตลอดระยะเวลาที่ก่อตั้งอยู่รอดไปได้เรื่อยๆ

“โลกมันเปลี่ยน ก็มีผลบ้าง แต่ไม่ได้มีผลทั้งหมด ผมเชื่อว่าการดูหนังเป็นวัฒนธรรม เป็นประสบการณ์ การชมที่การดูออนไลน์หรือช่องทางอื่นให้ความรู้สึกได้ไม่เท่าเรามีสมาธิดูในโรง” วิษุทธยืนยันความเชื่อเดิม

“ถ้ากลุ่มคนดูที่เสพหนัง เสพซีรีส์เยอะขึ้น ทำให้มีกระแสพูดถึงวงการหนังได้กว้างขึ้น ผมว่ามันอาจจะส่งผลบวกในทางอ้อม เหมือนถ้ามีโรงหนังแนวเดียวกับเอ๊าส์เกิดขึ้นเยอะ ผมกลับมองว่าเป็นเรื่องที่ดี ส่วนสตรีมมิงก็คงล่อใจคนดูได้ส่วนหนึ่ง แต่เป็นกลุ่มคนที่จะเน้นความสะดวกเป็นที่ตั้ง เน้นเรื่องของเนื้อหาเป็นเรื่องรอง ส่วนคนที่ยังตั้งมั่นว่าจะต้องดูในโรงเขาจะเอาเนื้อหาเป็นหลัก ซึ่งเอ๊าส์เราเลือกกลุ่มคนดูกลุ่มนี้เป็นหลักอยู่แล้ว” วิษุทธเผย

การถอยร่นหนดยของโรงหนังแบบเดียวๆ การที่หนังกระแสหลักของสตูดิโอใหญ่ๆ ครองส่วนแบ่งตลาดไปเกือบหมด และการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคแห่งสตรีมมิง แม้จะส่งผลอยู่บ้าง แต่ศรัญญามองว่ายุคนี้ยังไม่ใช่ ‘ขาลง’ ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์แต่อย่างใด

“มันน่าตื่นเต้น เป็นขานขึ้นมากกว่า สิ่งที่เห็นจากกลุ่มแฟชั่นหรือในกลุ่มอาร์ต เขาเริ่มเข้ามาทำสื่อให้เป็นภาพเคลื่อนไหวแล้ว Gucci หรือ Chanel ก็ทำหนังสั้น เหมือนว่ามีการทำงานข้ามสาขากันเพิ่มขึ้น เทคโนโลยีก็ช่วยในเรื่องของกล้องที่ฉาย กล้องที่ถ่าย

ก็เลิกลง คุณสามารถทำหนังเรื่องหนึ่งด้วยงบประมาณที่ลดลงเยอะเลย ทำให้ทำผลงานออกมาได้ดีกว่าปีละเรื่องแบบเดิม แล้วในต่างประเทศเขามีพื้นที่รองรับการฉาย มีเทศกาลบ่อยมาก

สำหรับในเมืองไทย รู้สึกว่าเรากำลังเดินไปในทิศทางที่น่าจะเป็นขาขึ้นนะ เพราะว่าคนที่เขาตั้งใจจะทำคล้ายๆ แบบนี้ คือขอลิขสิทธิ์เข้ามาฉายมีมากขึ้นก็น่าจะเป็นสิ่งที่ดี เป็นการสร้างอุตสาหกรรมหนึ่งให้แข็งแรง”

ศรัญญาและหุ้นส่วนอีกสองคนก่อตั้งแบงค็อกสกปรินนิ่ง รุม ด้วยความคาดหวังว่าจะเป็นสื่อกลางสำหรับนักทำหนังรุ่นใหม่ที่ไม่ค่อยมีพื้นที่แสดงงานของตนด้วย

“เราเรียกตัวเองว่าเป็น Independent Art House เพราะเราไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นแค่หนัง คือตอนนี้เรามีพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการ มีบาร์ด้วย เราและหุ้นส่วนมีพื้นฐานด้านวิซวลอาร์ต คือทุกคนจะเข้าใจขึ้นตอนว่าที่เมืองนอก เมื่อจบจากมหาวิทยาลัย เพื่อนๆ ก็จะมาช่วยกันทำนิทรรศการ และจะมีห้องภาพที่ขายผลงานเป็นธุรกิจมาเลือกงานของเด็กจบใหม่เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในระบบของห้องภาพ”

เวทีให้คนรุ่นใหม่ได้แสดงผลงานแบบนี้เป็นสิ่งที่ยุคคนทั้ง 3 คนไม่เห็นในเมืองไทย “ยังน้อยค่ะ จริงๆ อาร์ตแกลเลอรีเราเห็นเยอะ แต่ในเรื่องของสื่อภาพเคลื่อนไหวหรือภาพยนตร์ยังน้อยมาก แทบจะไม่มีก็ว่าได้ เราเข้าใจเลยว่าสิ่งที่ขาด สิ่งที่เหมาะสมจะเป็นมันได้ให้เขาก้าวไปมันหายไป”

เธอมองว่าคนรุ่นใหม่ไม่ได้สนใจแต่สื่อออนไลน์เท่านั้น “เท่าที่คลุกคลีกับลูกค้มา ลูกค้คนแรกๆ ของเราคือเด็กมัธยมหัวเกรียนมาเลย เอาเงินมาซื้อตัวหนังของ ออร์สัน เวลส์ เรื่อง *The Third Man* แล้วบอกว่าได้ยืมกิตติศัพท์มานานมากแล้ว แต่ไม่รู้จะไปหาดูที่ไหน เด็กรุ่นใหม่ไม่ได้ยึดติดกับสื่อออนไลน์มากนัก ถ้าเราให้ช่องทางที่เขาเข้าถึงได้ จับต้องได้ ดีกว่าปล่อยให้เขาไม่มีทางเลือกอื่นแล้วก็ต้องหนีบสื่อออนไลน์มาเสพ”

เชน-ฐปนพงศ์ วิจิตรรัฐกานต์ เจ้าของเพจ ‘ดูหนังทุกวัน’ และผู้จัดจำหน่ายหนังอิสระ ให้ทัศนะว่าในฐานะคนดู การมีหนังให้เลือกชมหลายช่องทางน่าจะเป็นผลดีต่อการเสพความบันเทิงในปัจจุบัน

“ไม่มีปัญหา กับสตรีมมิงเลยครับ ทุกวันนี้ก็เป็นสมาชิกอยู่หลายเจ้า เพราะหนังและซีรีส์เขาหลากหลายแตกต่างกันไป ถ้าพูดในฐานะคนดูก็ต้องบอกว่ามีความสุขมากที่มีสตรีมมิงหลายๆ เจ้าให้เลือกทั้งของไทยและต่างประเทศ ส่วนในฐานะผู้จัดจำหน่ายหนัง ไม่ได้รู้สึกกลัวว่าการมีสตรีมมิงจะทำให้คนดูมาดูหนังในโรงน้อยลงนะ แต่อาจจะทำให้มีข้อจำกัดใน

ศรัญญา บานะมุติ

การทำงานมากขึ้นมากกว่า เช่น หนังบางเรื่องที่เราอยากซื้อสิทธิ์ ปรากฏว่ามีคนคว่ำสิทธิ์สตรีมมิงแบบทั่วโลกไปแล้ว และจะมากในอีกไม่นานด้วย ทำให้บางทีเราก็ต้องปล่อยไปนะ”

ศรัญญามองว่า การมีผู้จัดจำหน่ายอิสระมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา อย่าง HAL ฐปนพงศ์ หรือ Documentary Club ช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในส่วนหนังทางเลือกได้ไม่น้อย

“เราร่วมงานกับคนกลุ่มนี้มาตั้งแต่แรกๆ ทั้งพีธิดา ธัญ [HAL] หรือเชน จะมีกลุ่มที่เขาทำกันมานานแล้ว แต่ไม่มีคนรู้ว่าเขาทำอะไร มันก็เลยเหมือนกับการสร้างกระแสอย่างหนึ่งให้คนเข้าใจว่า หนังที่คุณดูที่โรงใหญ่อย่างเอสเอฟ บางทีก็เป็นหนังฟอร์มเล็กๆ ที่ผู้จัดจำหน่ายเจ้าเล็กๆ เขาเข้ามา เป็นหนังแบบที่คุณจะไปหาซื้อดูเองไม่ได้ ถ้าคนกลุ่มนี้ไม่เอาเข้ามา” ศรัญญาเผย

หนังที่ฐปนพงศ์ซื้อเข้ามาฉายมีแนวทางเฉพาะ ขณะที่คอบหนังรู้จักเข้าโรงในฐานะโรงหนังนอกกระแส และแบงค็อก สกปรินนิ่ง รุม เริ่มมีบทบาท

ในฐานะทางเลือกสำหรับผู้ชมที่ต้องการเสพผลงานในแนวคิดบี โลไปจนถึงหนังคลาสสิกและผลงานของนักทำหนังสัญชาติไทยรุ่นใหม่ ที่ทางผู้จัดจำหน่ายอิสระและโรงหนังทั้งสองแห่งน่าจะยังมีพอให้ยืนหยัดได้เต็มสองขาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

“ไม่คิดว่าสตรีมมิงจะทำให้โรงหนังหดหายเสียทีเดียว โรงหนังไม่ได้เป็นแค่ที่ฉายหนัง แต่มันเป็นที่ตอบไลฟ์สไตล์ของคนด้วย เพราะฉะนั้นยังไง โรงหนังก็จะต้องอยู่ โดยเฉพาะโรงหนังมัลติเพล็กซ์ที่อยู่ในห้างที่สุดแล้วการดูหนังก็ยังเป็นความบันเทิงที่ราคาไม่แพงมากนักนะ ถึงแม้ว่าตัวจะแพงขึ้น แต่โปรโมชั่นก็เยอะตาม” ฐปนพงศ์ให้ความเห็น

“คิดว่าเรายังอยู่ครับ สตรีมมิงอาจจะจะมีผล แต่คงไม่ถึงกับทำให้โรงภาพยนตร์ล้มหายไป คนไทยยังมีนิสัยชอบออกไปหาความสุขความบันเทิงนอกบ้าน มันไม่ใช่แค่มาดูหนัง เข้าโรงเราก็กำลังมองโครงการขยายตัวเข้าไปอยู่ในเมือง อาจจะเป็นส่วนหนึ่งของห้างสรรพสินค้า หนังอินดี้หรือหนังนอกกระแสก็จะเข้าถึงคนทั่วไปได้มากขึ้นด้วย” วิชชุกรสรูป

NETFLIX

ยักษ์ใหญ่แห่งเครือข่ายทีวีทางอินเทอร์เน็ต มีสมาชิกมากกว่า 100 ล้านคน

เริ่มให้บริการในเมืองไทยต้นปีที่แล้ว มีเมนูภาษาไทย ชับไตเติลไทย และพากย์ไทย

รองรับความคมชัดสูงสุดในระดับ Ultra HD 4K เปิดโอกาสให้ชมซีรีส์ต้นฉบับรูดเดียวทั้งหมดจนจบทั้งซีซั่น

เป็นเจ้าของที่สร้างคอนเทนต์ใหม่ของตัวเองขึ้นมา

HIGHLIGHTS

- *Joshua: Teenager vs. Superpower* สารคดีชีวิต 79 วันของโจชัว หว่อง ในช่วงปฏิวัติร่ม
- ภาพยนตร์เรื่อง *Okja*
- ซีรีส์ *13 Reasons Why* เรื่องของเด็กผู้หญิงที่อัดเทป 13 เหตุผลที่ตัวเองฆ่าตัวตาย

DOONEE

เหมาะสำหรับคนชอบดูซีรีส์ฝั่งตะวันตก มีซีรีส์เด็ดๆ รวมไว้เกือบหมด และมีซีรีส์สารคดีวิทยาศาสตร์ สัตว์โลก รวมทั้งรายการวไรตี้เก่าและใหม่

สามารถเลือกจ่ายบริการเป็นรายวัน

ทีมงานเขียนบรรยายแนะนำซีรีส์แต่ละเรื่องอย่างละเอียด

มีซีรีส์หรือสารคดีที่ดูได้ฟรีจำนวนมาก

HIGHLIGHTS

- ซีรีส์ในตระกูล *CSI* ทั้งหมด, *Dexter*, *Doctor Who*, *American Horror Story*, *Homeland*, *Prison Break*, *Orphan Black* ฯลฯ



STREAMING TVS IN THAILAND

เรื่อง ณัฐนันท์ เติลพิมพ์

HOLLYWOOD HDTV

เจ้าแรกที่บุกตลาดในเมืองไทย ชื่อหนังใหม่มาให้ดูเยอะมาก และมีหนังเก่าๆ ให้ดูมากมาย

คำบรรยายภาษาไทย มีกรอบพื้นเทาหรือดำเยอะ ทำให้เสียอรรถรสในการชม

ไม่สามารถดาวน์โหลดหนังไว้ชมแบบออฟไลน์ได้เหมือนเจ้าอื่นๆ

HIGHLIGHTS

- จัดหมวด *Oscar Movie* แยกเอาไว้โดยเฉพาะ และมีหนังที่เข้าชิงออสการ์ในด้านต่างๆ ให้ดูมากถึง 120 เรื่อง
- *Shaw Brothers' Movies* รวมหนังพี่น้องตระกูลชอว์แบบถูกลิขสิทธิ์ไว้มากที่สุดในประเทศไทย
- *Makoto Shinkai's Animations* รวมแอนิเมชันเก่าๆ ของชินไค

HOOQ

AIS ส่งเข้าประกวดคุณภาพของรายการและระบบคำบรรยายไม่ดีเท่าสองรายแรก แต่เป็นทางเลือกที่น่าสนใจด้วยการสร้างแพ็คเกจสมาชิกที่หลากหลาย

มีหนังไทยเก่าๆ มาให้ดูมากมาย

คำบรรยายภาษาไทยตัวเล็กและอ่านค่อนข้างยาก ทั้งยังไม่รองรับการดูบนสมาร์ตทีวีโดยตรง

HIGHLIGHTS

- หนังไทยเก่าๆ ที่หายาก เช่น *14 ตุลา สงครามประชาชน*, *พลอย*, *น้ำพุ*, *หมาบนคร*, *ทองพูน โคกโพ*, *บุษชู* (ทุกภาค), *กลิ่นสี* และ *กวางแป้ง* ฯลฯ เป็นโอกาสดีสำหรับเด็กรุ่นใหม่ที่จะได้ดูหนังไทยคลาสสิก

IFLIX

มีจำนวนหนังและซีรีส์ให้ดูมากกว่าเจ้าอื่น โดยเฉพาะหนังฝั่งฮอลลีวูดเก่าๆ อย่าง *Pulp Fiction*, *Speed*, *The Terminal* ฯลฯ

หนังใหม่ค่อนข้างเปิดตัวช้า แต่มีซีรีส์ให้ชมแบบจุใจ

เน้นตลาดเกิดใหม่ของทีวีสตรีมมิงทั่วโลก ทั้งเอเชียและแอฟริกา

เริ่มสร้างคอนเทนต์ของตัวเอง โดยเริ่มที่ซีรีส์ *Huy! Bibig Mo (Hey! Watch your mouth)* ของฟิลิปปินส์ โดยจะเข้าฉายที่อินโดนีเซียและมาเลเซียด้วย

HIGHLIGHTS

- *Mr. Robot* ซีรีส์ที่ว่าด้วยเรื่องโปรแกรมเมอร์หนุ่มผู้เกลียดการเข้าสังคม จนกลายเป็นแฮกเกอร์ที่คอยทำลายบริษัทยักษ์ใหญ่ที่ควบคุมประเทศสหรัฐอเมริกา
- *Eyewitness* ซีรีส์ที่เสนอภาพชีวิตของตัวละครหลักที่เปลี่ยนจากหน้ามือเป็นหลังมือ

VIU

เหมาะสำหรับสาวกซีรีส์เกาหลีโดยเฉพาะ

นำซีรีส์ รายการทีวี และรายการเพลงของช่องเกาหลี 3 ช่องหลัก ได้แก่ SBS, KBS และ MBC มานำเสนอเกือบทั้งหมด

มีซีรีส์ทั้งเก่าและใหม่ให้เลือกชมมากมาย

คำบรรยายไทยพัฒนาจากตอนเป็นเว็บเถื่อนขึ้นมาเยอะมาก

HIGHLIGHTS

- รายการสารพัดของเกาหลี 3 ช่องหลัก คือ SBS, KBS และ MBC

THE ROAD TO BMW BERLIN MARATHON

7 วิธีเตรียมพร้อมสู่งานวิ่งระดับโลก เบอร์ลิน มาราธอน

เพียงอีกไม่กี่อาทิตย์ งานวิ่งระดับโลกอย่าง BMW Berlin Marathon ครั้งที่ 44 กำลังจะเกิดขึ้นที่ประเทศเยอรมนี ไม่ว่าจะแก่นักวิ่งมาราธอนมือใหม่ นักวิ่งมืออาชีพผู้ไปเยือนสนามนี้เป็นครั้งแรก หรือนักวิ่งขาประจำที่อยากไปซักรั้วที่สนามเดิม ต่างก็มีเรื่องที่ต้องเตรียมกายเตรียมใจกันทั้งนั้น นี่คือ 7 สิ่งที่นักวิ่งต่างแดนควรเตรียมให้พร้อมก่อนเปิดประสบการณ์ลงสนามวิ่งระดับโลก

จัดตาราง ร่างแผนซ้อม

ไม่ว่าจะเป็นการวิ่งระยะไกลหรือไกลแค่ไหน การฝึกซ้อมที่มากเพียงพอ เพื่อสร้างความอดทนของร่างกาย คือสิ่งจำเป็นที่สุดที่จะพานักวิ่งไปให้ถึงเป้าหมาย ยิ่งเป็นการวิ่งมาราธอนด้วยแล้ว เรียกได้ว่าต้องอาศัยการเตรียมตัวล่วงหน้าหลายเดือน ลองจัดตารางการฝึกซ้อมให้ได้เฉลี่ยอาทิตย์ละ 4 วัน โดยสลับวิ่งระยะไกล ไกล ด้วยความเร็วที่แตกต่าง คละกันไป ซึ่งต้องทำอย่างสม่ำเสมอติดต่อกัน เพื่อให้กล้ามเนื้อปรับตัวพร้อมกับการวิ่งในระยะยาวเมื่อถึงวันต้องลงสนามจริง นอกจากนี้เรื่องระยะทางและความเร็ว การซ้อมวิ่งบนสภาพถนนที่หลากหลาย และความชันที่แตกต่าง ก็เป็นเรื่องจำเป็นเช่นกัน เพราะในสนามจริงเป็นไปได้สูงว่าคุณจะต้องพบเจอกับสภาพภูมิประเทศหลายแบบที่อาจส่งผลต่อการวิ่ง

แต่ถึงการซ้อมจะสำคัญแค่ไหน ต้องไม่ลืมว่าการฝึกซ้อมที่หนักและหักโหมเกินไปอาจทำให้คุณบาดเจ็บหรือรู้สึกล่า คุณจึงควรหาวันพักด้วยประมาณ 3 วันต่อสัปดาห์ และหนึ่งในวันพักนั้นให้ลองทำกิจกรรมออกกกำลังกายแบบอื่น เช่น ว่ายน้ำ หรือปั่นจักรยานควบคู่ไปด้วยสำหรับการฝึกซ้อมช่วงที่วันแข่งงวดเข้ามา ควรลดความถี่ในการซ้อมวิ่งระยะไกลลง เพื่อพักฟื้นไม่ให้กล้ามเนื้อล้าจนเกินไป



เก็บพลังงานผ่านการกิน

โดยปกติการรับประทานอาหารครบถ้วนทุกหมู่คือสิ่งที่นักวิ่งต้องการ เพราะอาหารแต่ละหมู่ต่างส่งเสริมหรือตอบสนองต่อร่างกายในรูปแบบที่แตกต่างกันไป แต่ในการวิ่งระยะยาวที่ร่างกายต้องใช้พลังงานหนัก เป็นไปได้ว่าผู้วิ่งอาจเกิดอาการหมดแรงไปกลางคัน ทั้งนี้เพราะสมรรถภาพในการวิ่งมีความสัมพันธ์กับคาร์โบไฮเดรตที่ร่างกายเก็บสะสมไว้

ในช่วงประมาณ 2-3 อาทิตย์ก่อนการแข่งขัน การรับประทานอาหารที่มีสารคาร์โบไฮเดรตประเภท ดูดซึมเข้าอย่างช้าๆ ไม่ขัดสี จะมีส่วนในการช่วยเตรียมร่างกายให้พร้อมไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้พลังงานเยอะ อย่างการวิ่งมาราธอน สำหรับมือเข้าก่อนการวิ่ง ให้เผื่อเวลาก่อนวิ่งประมาณ 2 ชั่วโมง ควรเลือกรับประทานอาหารที่มีคาร์โบไฮเดรตสูง มีโปรตีนระดับปานกลาง และมีไขมันต่ำ





ปรับเวลา จูนนาฬิกาชีวิต

เพราะเวลาที่ไทยและเบอร์ลินห่างกันถึง 5 ชั่วโมง การปรับนาฬิกาชีวิตให้พร้อมเวลที่ข้างนั้น เป็นสิ่งสำคัญ ผู้ลงสนามควรวางแผนการเดินทาง ให้ไปถึงล่วงหน้าอย่างน้อย 3-4 วัน หรือลองสังเกตตัวเองดูว่าการไปต่างประเทศครั้งก่อนๆ ต้องอาศัย การปรับตัวนานเท่าไรกว่าที่ร่างกายจะฟื้นจาก เจ็ตแล็ก ก็ควรเผื่อเวลาไปล่วงหน้าอย่างน้อยเท่านั้น

การเตรียมปรับเวลาคควรทำตั้งแต่อยู่บน เครื่องบิน เริ่มจากปรับนาฬิกาของคุณเป็นเวลาตาม ปลายทาง แล้วปรับการใช้ชีวิตให้ตรงกับเวลานั้นๆ ระหว่าง อยู่บนเครื่อง เช่น หากคุณเดินทางในเวลากลางคืนของเบอร์ลิน ที่แม้จะเป็นเวลาเช้าของไทยแล้ว ก็พยายามข่มตานอนให้หลับ เพื่อที่เมื่อถึงวันแข่ง คุณจะได้พักผ่อนอย่างเต็มอิ่มและเป็นเวลา พร้อมลุกมาวิ่งอย่างสดชื่น หรือเมื่อเดินทางไปถึง แต่ยังเป็นเวลา กลางวัน แม้อาจเพี้ยนกับการเดินทางอยู่บ้าง ก็อย่าเพิ่งนอนหลับไหล ลองออกไปเดินเล่น ชมบ้านชมเมือง ให้ร่างกายได้ออกไปสร้างความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมสักนิดก่อน

หากใครวางแผนจะไปเยือนยุโรปทั้งที่อยากอยู่เที่ยวให้คุ้ม แนะนำว่า ให้เน้นเที่ยวช่วงหลังเสร็จจากการวิ่ง เพื่อที่จะได้ไม่เหนื่อยหมดแรงก่อนลงสนาม

พกเอาไว้ อุ่นใจกว่า

นอกจากสภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับลง สนาม การเตรียมอุปกรณ์เล็กๆ น้อยๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวก การวิ่งของคุณสิ่งไหนก็สำคัญไม่แพ้กันด้วยระยะทางกว่า 40 กิโลเมตร คุณย่อมต้องการสิ่งที่คอย กวนใจ และสร้างบรรยากาศที่คุณคุ้นเคยในการวิ่ง ให้มากที่สุด หากคุณเป็นนักวิ่งที่ชอบฟังเพลงระหว่าง ทาง เพื่อให้เสียงเพลงสร้างความอึกเขิม อย่าลืมจด หูฟังเตรียมไว้ในลิ้นชักของที่เตรียมเอามา รวมถึงหีบ ของใส่มือถือแบบที่คุณถนัดมีใส่กระเป๋าไปด้วย และที่สำคัญ การเติมพลังงานระหว่างวิ่งคือเรื่องจำเป็น ในการวิ่งระยะไกล อย่าลืมพกเจลพลังงานรสชาติ และยี่ห้อที่คุณคุ้นเคยติดตัวไปกลับบ้านด้วย



รู้กัน รู้ทาง

เหตุผลที่ควรไปถึงล่วงหน้าก่อนวันแข่งจริง นอกจาก เรื่องการปรับเวลาให้คุ้นเคยกับใหม่โซนที่แตกต่าง แล้ว ยังจะช่วยให้มีเวลาทำความเข้าใจกับสภาพเมือง บรรยากาศ และวัฒนธรรมต่างๆ ที่จะได้พบเจอด้วย ในเบื้องต้นนักวิ่งสามารถเตรียมตัวศึกษาเส้นทาง ตามข้อมูลที่ได้จัดงานวิ่งได้ให้ไว้ ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม ทางอินเทอร์เน็ต อ่านรีวิวงานวิ่งเดียวกันของปีก่อนๆ หรือพูดคุยกับนักวิ่งที่ผ่านสนามนี้มาแล้ว และเมื่อ เดินทางมาถึงอาจใช้เวลาสำรวจพื้นที่จริงซ้ำอีกครั้งหนึ่ง

หากเป็นไปได้ การสำรวจเส้นทางล่วงหน้า ควรเริ่มทำตั้งแต่ก่อนจัดตารางการฝึกซ้อม เพื่อที่จะ ออกแบบการฝึกซ้อมให้ครอบคลุมการวิ่งตามความ เฉพาะตัวของสนาม



เลือกเสื้อผ้า ดูฟ้าฝน

อุณหภูมิเฉลี่ยที่บ้านเราในเดือนกันยายนอยู่ที่ 30 องศาเซลเซียส แต่เมื่อข้ามน้ำข้ามทะเลไปถึงเบอร์ลินในช่วงเดียวกัน อุณหภูมิมัน นั้น ต่ำลงเท่าตัว อยู่ที่ประมาณ 15 องศาเซลเซียส ส่วนในวันที่หนาวมาก อุณหภูมิมีโอกาสปรับลงไปอยู่ที่เลขหลักเดียวได้ คุณจึงควรวาง ชุดวิ่งดูใจที่มั่นใจได้ว่าจะพาคุณไปถึงเส้นชัยได้โดยไม่มีอากาศที่ไม่คุ้นเคยเป็นอุปสรรคมากนัก

พอเลือกหาชุดที่เหมาะสมได้แล้ว คุณควรพกชุดกีฬารวมทั้ง รองเท้าวิ่งขึ้นเครื่องติดตัวไว้ หลีกเลี่ยงการโหลดชุดและอุปกรณ์ สำคัญใส่ไว้ในกระเป๋าใต้ท้องเครื่อง หากเกิดเหตุฉุกเฉินได้รับ กระเป๋าแล้ว อย่างน้อยคุณจะได้มั่นใจว่าของสำคัญที่จะใช้ในการ วิ่งยังอยู่ครบถ้วน ไม่ต้องเสียเวลากังวลว่าจะได้กระเป๋าคืน เมื่อไร หรือจะหาชุดใหม่ที่ถูกใจแทนได้ไหม

ในระหว่างเดินทางบนเครื่อง ควรเลือกใส่เสื้อผ้าที่สวมแล้ว เคลื่อนไหวสบาย สวมถุงเท้าที่แน่นกระชับ เพื่อลดความเสี่ยงของ อากาารวมที่เท้า และอย่าลืมลุกมายืดเส้นยืดสายทุกๆ ชั่วโมงด้วย



เปิดตา เปิดใจ

แน่นอนว่าการวิ่งมาราธอนที่ดีย่อมมาจากการ เตรียมตัวที่พร้อม แต่อย่าลืมเหลือพื้นที่ให้กับ ความ สนุก ความตื่นเต้น และประสบการณ์ใหม่ๆ ที่มักวิ่ง เข้าหาเราแบบคาดเดาไม่ได้ ลองพูดคุยแลกเปลี่ยน เทคนิคการวิ่งกับนักวิ่งนานาชาติ ทำความรู้จักกับ คนใหม่ๆ ซึ่บับบรรยากาศระหว่างเส้นทางวิ่ง ลองทำ อะไรที่ไม่เคยทำ รวมทั้งถือโอกาสทำความรู้จักกับ เมืองใหม่ด้วยสองเท้าของคุณเอง การวิ่งมาราธอน เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เราพบเจออะไร แบบนี้ได้เลย

หากเตรียมตัวมาเป็นอย่างดี การไปให้ถึงเส้นชัยคงไม่ใช่ เรื่องเกินความสามารถของ ใครหลายๆ คน และคงจะทำให้ การวิ่งมาราธอนครั้งนี้เป็น ความทรงจำที่ดีและเป็นการ เปิดประสบการณ์ครั้งใหม่ ให้กับตัวเอง





THE STANDARD

STAND UP FOR THE PEOPLE



HOME NEWS CULTURE LIFESTYLE OPINION VIDEO PODCAST MAGAZINE PHOTOGRAPH CONTACT



THAILAND
เก็บภาษีความหวาน ช่วยคนไทยรักษาสุขภาพได้จริงหรือ?

LATEST



มาตรการ 2560 อนุทิน ภาว เวียนมาจากชายแดนภาคใต้



เก็บภาษีความหวาน ช่วยคนไทยรักษาสุขภาพได้จริงหรือ?



เพลง บาดเจ็บใจ ความรักคือรัก 5 ปี สักคนมาดี เป็น จิตพร



'ไม่ผิด' คู่ชีวิตการโหมหมอบุญทดแทน' จาก The Cambodia Daily ฐานที่เสียใจ! บาลัญญา แสน



เมื่อประจักษ์ด้วยมือประจักษ์ด้วย



'จีนเป็น' เช่น 'บราซิล' บราซิล BRICS ล้มเหลวด้วยมือประจักษ์ด้วย



เมื่อใจไม่สงบแล้ว เช่นจิตวิทยาประจักษ์ด้วยในมือประจักษ์ด้วย



ทัศนคติการรวมชาติประจักษ์ด้วยในมือประจักษ์ด้วย



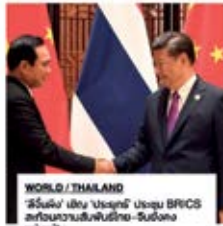
ทัศนคติการรวมชาติประจักษ์ด้วยในมือประจักษ์ด้วย



ฟิลิปปินส์ 1.0 ฟิลิปปินส์ 1.350 ฟิลิปปินส์ 1.350 ฟิลิปปินส์ 1.350



ฟิลิปปินส์ 1.350 ฟิลิปปินส์ 1.350 ฟิลิปปินส์ 1.350



WORLD / THAILAND
'จีนเป็น' เช่น 'บราซิล' บราซิล BRICS ล้มเหลวด้วยมือประจักษ์ด้วย



WORLD
'ไม่ผิด' คู่ชีวิตการโหมหมอบุญทดแทน' จาก The Cambodia Daily ฐานที่เสียใจ! บาลัญญา แสน



THAILAND
มาตรการ 2560 อนุทิน ภาว เวียนมาจากชายแดนภาคใต้



EAT & DRINK
ทัศนคติการรวมชาติประจักษ์ด้วยในมือประจักษ์ด้วย



THAILAND
มาตรการ 2560 อนุทิน ภาว เวียนมาจากชายแดนภาคใต้



WELLNESS
เมื่อประจักษ์ด้วยมือประจักษ์ด้วย

NEWS
CULTURE
LIFESTYLE
OPINION
VIDEO
PODCAST
MAGAZINE

THE STANDARD .CO





LIFESTYLE

IT'S ALL ABOUT LIVING YOUR LIFE TO THE FULLEST

ณ รถไฟฟ้าสถานีสนามกีฬาแห่งชาติ โถงตั้งที่เป็นแหล่งรวมผลงานศิลปะสุดสร้างสรรค์ในนาม YELO House ช่อนตัวอยู่สุดซอย

LIVING

เรื่องและภาพ ศรัณยู นกแก้ว



LIVING ON THE BRIGHT SIDE

มีอะไรที่ YELO House? ลุกทุ่งแคลเลอร์
ไอเดียจากโกดัง พื้นที่แห่งความคิดสร้างสรรค์



แม้จะมีขนาดเพียง 480 ตารางเมตรนิดๆ แต่พื้นที่สร้างสรรคที่ชื่อ เยโล เฮาส์ (YELO House) ก็ สามารถทำให้ชอยเล็กฯ อย่างเกษมสันต์ 1 มีชีวิต-ชีวาขึ้นได้ด้วยการเปลี่ยนโกดังเก็บเครื่องพิมพ์เก่า ให้กลายเป็นพื้นที่ใช้สอยด้านงานไอเดียที่มีความหลากหลาย ตั้งแต่แกลเลอรี โคเวิร์กกิงสเปซ ห้องสัมมนา ตลาดงานดีไซน์ ร้านอาหาร งานดนตรี รวมไปถึงคาเฟ่ โดย **ไอ-รณัติ สิงหวิษ 1** ใน 4 ผู้ก่อตั้งได้ให้คำจำกัดความสั้นๆ ของเยโล เฮาส์ ว่า ‘You ever live once.’

“ด้วยโครงสร้างของอาคารโกดังนี้ เห็นครั้งแรกก็ชอบเลย อาคารนี้ไม่ได้ใช้งานมาเกือบ 20 ปี พอรู้ว่าใครเป็นเจ้าของ เราก็ทำเรื่องขอเช่าก่อน แล้วค่อยมาคิดว่าจะทำอะไรต่อ มีการพูดคุยกับหุ้นส่วนทั้ง 4 คน ซึ่งมีทั้งช่างภาพ สถาปนิก ครีเอทีฟ นักธุรกิจ พอเริ่มคุยเราจึงเริ่มมองเห็นว่าจริงๆ แล้วในสังคมควรจะมีพื้นที่ที่นำความหลากหลายทางไอเดียมาเจอกันแบบนี้ก็เลยตกผลึกว่าอยากจะทำครีเอทีฟแพลตฟอร์ม เป็นพื้นที่แห่งความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีทั้งศิลปะ ดนตรี หนังสือ การแสดงงานดีไซน์ เวิร์กช็อป เป็น mixed-use ที่ทุกคนสามารถมาใช้พื้นที่ตรงนี้ได้ทั้งหมด

“หากจะเปรียบเป็นแกลเลอรี ก็คงเป็นแกลเลอรีสไตล์ลูกทุ่งที่อยากให้คนที่ไม่ได้เรียนศิลปะ หรือไม่ต้องการความเข้าใจทางศิลปะกล้าที่จะเดินเข้ามา ไม่มีความสมบูรณ์แบบ ไม่เนียบ ไม่หรู แต่มีชีวิตชีวา และมีงานไอเดียทุกแขนงเข้ามาเติมเต็ม”

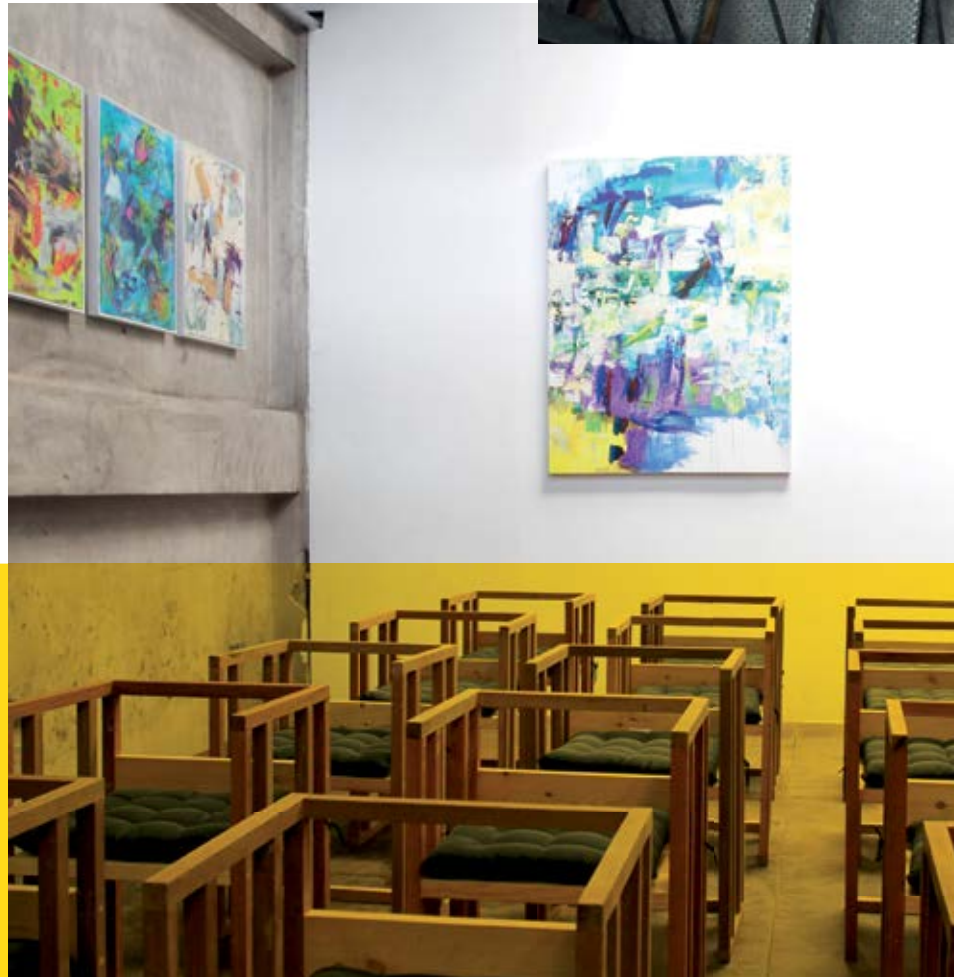
สำหรับใครที่อยากรู้ว่าเยโล เฮาส์ มีอะไรน่าสนใจบ้าง THE STANDARD ขออาสาเป็นไกด์นำชม





Art Exhibition

ด้วยความตั้งใจที่จะสนับสนุนงานศิลปะ บริเวณชั้น 2 ของเยโล เฮาส์ จึงเปิดตัวมาพร้อมกับ POD ART นิทรรศการภาพเขียนเดี่ยวเติมรูปแบบของป๊อป-อาร์ท ชูชิน นักร้องนำแห่งวง Moderndog ผู้โด่งดัง ที่ขอพักจากการแต่งเพลงหันมาสื่อสารกับตัวเองอย่างเรียบง่าย ด้วยการใช้งานจิตรกรรมแนวแอ็บสแตรกต์มาถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน แน่ใจว่านี่คือไดอะรีเล่มใหญ่ของป๊อปที่เจ้าตัววาดเก็บไว้อยู่หลายปี กระทั่งมีภัณฑารักษ์ตามองอย่าง อังกฤษ อัศจรรย์ใฝ่ฝันเข้ามาเห็น และดึงเอาผลงานของป๊อปออกมาให้แฟน ๆ ได้ชม แม้จะเป็นงานนามธรรม แต่ก็สามารถสื่อสารกับคนดูด้วยอารมณ์ได้ไม่ยากนัก โดยงาน POD ART จะจัดแสดงไปจนถึงวันที่ 30 กันยายนนี้ และมีโครงการจะจัดแสดงงานของศิลปินคนอื่น ๆ ตามวาระ



Meeting Room

ชั้น 2 ของเยโล เฮาส์ สามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องประชุมเล็กๆ ได้อีกหนึ่งห้อง ด้วยโครงสร้างของตึกที่มีลักษณะอาคารแบบลอฟท์ จึงเหมาะสำหรับงานที่ต้องการความเก๋

Workshop

ในอนาคตอันใกล้นี้ ทางเยโล เฮาส์ จะเปิดพื้นที่เวิร์กช็อปเกี่ยวกับงานศิลปะทุกแขนง ซึ่งหนึ่งในนั้นแน่นอนว่าต้องเป็นเวิร์กช็อปถ่ายภาพโดย ไอ-ธันด์ลิ่ง สิวสุวิซ หนึ่งในผู้ก่อตั้งเยโล เฮาส์ นั่นเอง



Stylist Market

ชั้นล่างของเยโล เฮาส์ เป็นพื้นที่สร้างสรรค์ที่สามารถปรับเปลี่ยนการใช้สอยได้ตลอด โดยในช่วงชอปปิ้งโอเพนนิ่งนี้ ทางเยโล เฮาส์ ได้จัด Stylist Market ขึ้น โดยชักชวนสไตลิสต์ในแวดวงต่างๆ มาออกร้านขายของเก่าแค้นรัก ของสะสม รวมทั้งคอลเล็กชันพิเศษจากรันเวย์ ในสนนราคาที่ถูกกันสุดๆ เช่น เอกกรินทร์ อยู่สุขขสมบูรณ์ ฟูโดสไตลิสต์, แมน-กวี ลักษณะสกุลชัย แอ็กติ้งไคซ์ และอดีตสไตลิสต์นิตยสาร แพรว, แนท ชิตนัย สไตลิสต์สายแฟชั่น เป็นต้น โดยงานจะจัดถึงวันที่ 17 กันยายนนี้เท่านั้น ส่วนภายหลังจะจัดพื้นที่สร้างสรรค์นี้เป็นกิจกรรมอะไรก็ต้องคอยติดตามกันต่อไป

Hungry Me

ร้านอาหารวิริมคลองแสนแสบที่กำลังจะกลายเป็นแหล่งแองเจาต์ยามเย็น โดยมีทั้งอาหารไทยและอาหารยุโรป เน้นที่อาหารจานเดียว กินง่าย ทว่าพิถีพิถันในเรื่องวัตถุดิบและการปรุง

Thirsty You

คาเฟ่ริมคลองแสนแสบที่กำลังจะเปิดให้บริการในเร็วๆ นี้ เรื่องกาแฟนั้นได้บาริสตาจากร้าน Hands & Heart ร้านกาแฟชั้นนำที่มาควบคุมคุณภาพและสร้างสรรค์เมนูเครื่องดื่มให้ ☺



FYI

- ตั้งอยู่ที่ 20/1 ซอยเกษมสันต์ 1 ถนนพรราม 1 กรุงเทพฯ รถไฟฟ้า BTS สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ หรือเรือคลองแสนแสบ ท่าเรือสะพานหัวช้าง เปิดทุกวัน เวลา 11.00-20.00 น. ข้อมูลเพิ่มเติม www.yelohouse.com



THE VISION

เรื่อง ไอรดา รัตนภรณ์ใจ ภาพ วงศกร ยี่ดวง

SCHOOL OF ROCK



ลบภาพโรงเรียนดนตรีที่คุณเคยคุ้นไปได้เลย เพราะโรงเรียนดนตรี **Rockademy** ณ สุขุมวิท 26 แตกต่างอย่างที่เราไม่เคยเห็นที่ไหนมาก่อน ตั้งแต่การเรียนการสอนโดยอาจารย์ที่เป็นศิลปินตัวจริง ไปจนถึงให้โอกาสนักเรียนขึ้นไปกระโดดโลดเต้นบนเวทีใหญ่อย่างคอนเสิร์ต Big Mountain กันทุกปี หนึ่งในผู้ก่อตั้งโรงเรียนนี้คือ **ชมรัช ยงกิตติกุล** มิวสิคโปรดิวเซอร์มากฝีมือ ที่จะมาเล่าให้ฟังถึงวิธีทำให้โรงเรียนดนตรีแห่งนี้กลายเป็นแหล่งบ่มเพาะนักดนตรีรุ่นใหม่ของเมืองไทย

จุดเปลี่ยนจากโปรดิิวเซอร์มาเปิดโรงเรียนดนตรี เป็นของตัวเองคืออะไร

ตลอดชีวิตผมเป็นนักดนตรีและโปรดิวเซอร์ จุดสำคัญคือช่วงที่เราไปทำงานที่ต่างประเทศ ได้เจอการทำงานอีกระดับหนึ่ง เป็นโลกอีกโลกหนึ่ง ทำให้เราเริ่มที่จะเข้าใจดนตรีใหม่ แล้วก็เข้าใจตัวเองใหม่ด้วย การเป็นโปรดิวเซอร์ไม่ใช่แค่การแต่งเพลงให้อย่างเดียว แต่มันเหมือนเป็นไลฟ์โค้ชให้กับนักดนตรี พอกลับมาไทยผมก็เริ่มทำงานด้วยวิธีที่เรียนรู้มาจากเมืองนอก แต่หลังจากนั้นก็มีส่วนหนึ่งที่เอาเบรินเอาต์ คือเราหมดพลังในการทำงาน เพราะเราทำงานด้านนี้มาเกินครึ่งชีวิตแล้ว เราก็ไปนั่งคุยกับเพื่อน คุณชิก-อภิวัฒน์ เตชวัชรา เพื่อนจากวง Barbies

คุณตั้งใจจะให้โรงเรียนนี้สอนดนตรีอย่างไร

เราเชื่อว่าถ้าปลูกฝังทัศนคติเรื่องดนตรีกับเด็กรุ่นใหม่ คนเหล่านั้นก็น่าจะเติบโตเป็นคนในวงการดนตรีที่ดีได้ เราอยากให้การศึกษาดนตรีแบบใหม่ที่ไม่ได้มองว่าครูต้องสอนถูกเสมอไป ผมลองเปิดหนังสือดนตรีดูแล้วก็พบว่า มันเหมือนกับที่ผมเรียนเมื่อ 30 ปีที่แล้ว เราดูฝีมือของนักกีตาร์รุ่นปัจจุบันก็ปรากฏว่า เขาก็เล่นเพลงเดียวกับที่เราเล่นเมื่อ 20 ปีที่แล้ว คือโลกมันเปลี่ยนไปแล้ว แต่เด็กๆ ที่เรียนดนตรีก็ยิ่งเรียนเหมือนเดิมเลย จึงเกิดคำถามว่าวงการนี้ไม่มีอะไรใหม่เลยหรือ เพราะเราเชื่อว่าเด็กรุ่นนี้ก็ต้องเก่งกว่าเราสิ

การสอนแนวใหม่ของ Rockademy เป็นอย่างไร

เราเอาไอเดียของเราเป็นตัวตั้ง จากที่เราเคยเรียนดนตรีตามทำนองคลองธรรมมาก่อน มีหลายคนพูดว่าเด็กๆ ก็เคยเล่นดนตรี แต่โตมาก็ไม่ได้เล่น หรือไม่ชอบแล้ว เรารู้สึกสะดุดกับคำเหล่านั้นมาก แปลว่าการเรียนทำให้เขาไม่สนุกกับดนตรีอีกแล้ว ส่วนสำคัญอย่างหนึ่งคืออาจารย์ที่สอนจะทำให้เด็กรักหรือไม่รักดนตรีได้เลย นี่จึงเป็นสิ่งที่เราย้ำกับอาจารย์ทุกคนที่นี่ว่า จะสอนดนตรียังไงก็ได้ให้เด็กไม่เกลียดดนตรี กลายเป็นว่าเราใช้ทฤษฎีน้อยกว่า ให้เขาได้ลองเล่นเต็มๆ เพลงก่อน อาจารย์ที่สอนก็เป็นนักดนตรีจริงๆ มีประสบการณ์ แม้บางคนจะไม่ได้จบดนตรีโดยตรงก็ตาม ใครที่พอจะเล่นเพลงได้ เราให้ขึ้นเวทีเลย คือให้เขาได้ลอง ถ้าเขาผ่านมันไปได้ ก็จะได้ความมั่นใจ มันไม่ใช่แค่เรื่องดนตรี แต่มันคือทุกเรื่องในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน หรือการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

“ผมอยาก ทำโรงเรียน ดนตรีที่จะสอน เด็กรุ่นใหม่ ในแบบใหม่ เพราะผมรู้สึก ว่ายังไม่มีการ ลงมือทำเลย”

คุณได้เรียนรู้อะไรบ้างในเวลา 5 ปีที่ผ่านมา

ตอนแรกเราคิดว่าจะสอนขั้นเริ่มต้นให้เด็กๆ สนุกและมีความสุขกับการเล่นดนตรี กลายเป็นว่าเด็กส่วนหนึ่งมีการพัฒนาตัวเองอย่างจริงจัง หลายคนค้นพบทางของตัวเอง ไปเรียนต่อด้านดนตรีจริงๆ คือเราเห็นความเปลี่ยนแปลงของเด็กหลายคนตั้งแต่วันแรกที่เข้ามาและออกไปจากที่นี่ ทำให้คิดว่าเราถูกทางแล้ว คือความสุขตรงนี้ไม่ได้ต่างจากการได้ออกอัลบั้มใหม่ หรือทำเพลงใหม่ให้กับศิลปินสักคนเลย ผมบรรลุตั้งแต่ 3 เดือนแรกที่เห็นเด็กขึ้นเวทีแล้ว เลยไม่มีคำถามว่าสิ่งที่เราทำเราสอนมันผิดหรือถูก เพราะเด็กๆ ได้สนุกกับการเรียนแบบนี้กว่าแน่ๆ หลายคนบอกว่าเรียนดนตรีออนไลน์หรือเรียนผ่านยูทูปก็ได้ แต่ผมไม่กลัวยูทูปเลย เพราะการเรียนกับคนมันได้อะไรเยอะกว่าจริงๆ การสื่อสารซึ่งกันและกัน การแอบมองดูการเรียนของห้องโน้นห้องนี้ คุณจะเรียนรู้อะไรได้เยอะกว่า

จะมีการปรับเปลี่ยนหลักสูตรการเรียนอย่างไรบ้าง

ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา เราก็ทำตามแผนไปเรื่อยๆ เราตั้งแผนก Management ขึ้นมาเพื่อผลักดันให้เด็กๆ ได้ทำกิจกรรมหลากหลาย เช่น เราอยากให้เพลงที่เด็กๆ แต่งสามารถวางขายได้จริงใน iTunes หรือ Spotify ให้เขาได้มีพื้นที่แสดงผลงานจริงๆ และลองถ่ายเอ็มวีกันจริงๆ ด้วย คือเราสอนให้เขารู้จักดนตรี รู้จักธุรกิจนี้หรือการได้โอกาสจาก พี่เต็ด-ยุทธนา บุญอ้อม ที่ยกเวทีบางส่วนให้เด็กๆ ได้ลองขึ้นไปเล่น ไปสัมผัสกับบรรยากาศจริงๆ เหมือนกับการสอบปลายภาคเลย เราว่าโลกทุกวันนี้มันเปลี่ยนไปแล้ว คือคุณสามารถเล่นเพลงจาก iPad ได้ด้วยซ้ำ ดังนั้นเราก็พยายามสอนเด็กๆ ว่าให้ forget the form ไม่จำเป็นว่าเสียงดนตรีจะต้องออกมาจากเครื่องดนตรีเท่านั้น

ในอนาคตเราจะได้เห็นอะไรสนุกๆ จากโรงเรียนดนตรี Rockademy บ้าง

ส่วนใหญ่จะเหมือนเดิม แต่จริงจังขึ้น อย่างการเพิ่มคอร์สเรียนใหม่ๆ ที่ชื่อว่า Lab Series คือเชิญอาจารย์ที่เป็นตัวจริงมาสอนในสิ่งที่เขาไม่เคยสอนใครมาก่อน เช่น เราชวนพี่ป๊อด (ธนชัย อุชชิน) มาสอนแต่งเพลงที่เขาไม่เคยสอนที่ไหนมาก่อน หรือเชิญ BILLbilly01 ที่เป็นยูทูปเบอร์ที่จะมาแชร์ในสิ่งที่เขาทำอยู่ คือการทำเพลง อัศวินดีโกลงยูทูป ซึ่งเราเชื่อว่ามันมีประโยชน์มากสำหรับคนยุคนี้ ☺

TIMELINE	2555 เปิดโรงเรียน Rockademy	2557 ส่งนักเรียนไปทัวร์คอนเสิร์ตอีกหลายเวที เช่น Melody of Life, Wonderfruit	2556 ไปเล่นคอนเสิร์ตที่ Big Mountain เป็นครั้งแรก	2559 จับมือกับ Warner Music Thailand เป็นพาร์ตเนอร์ออกเพลงให้นักเรียน และเริ่มมีเพลงขายใน iTunes เป็นครั้งแรก
----------	--------------------------------	---	--	--

ประกาศอัตราค่าโดยสารใหม่ที่เรียกเก็บและโปรโมชั่นค่าโดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลบังคับใช้วันที่ 1 ตุลาคม 2560*

บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ขอแจ้งให้ทราบว่า บริษัทจะปรับอัตราค่าโดยสารที่เรียกเก็บและโปรโมชั่นค่าโดยสาร เฉพาะในส่วนเส้นทางสัมปทาน 23.5 กิโลเมตร จากสถานีหมอชิตไปสถานีอ่อนนุช และจากสถานีสนามกีฬาแห่งชาติไปสถานีสะพานตากสิน รวมสถานีส่วนต่อขยายจากสถานีสะพานตากสิน ถึงสถานีวงเวียนใหญ่ จากที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นราคาใหม่ดังต่อไปนี้

1. อัตราค่าโดยสารที่เรียกเก็บ

จำนวนสถานี	0-1	2	3	4	5	6	7	8 ขึ้นไป
ราคา (บาท)	16	23	26	30	33	37	40	44

2. โปรโมชั่นค่าโดยสาร

2.1 เกี่ยวกับการเดินทาง 30 วัน สำหรับบุคคลทั่วไป

15 เที่ยว ราคา 31 บาท/เที่ยว	25 เที่ยว ราคา 29 บาท/เที่ยว
40 เที่ยว ราคา 27 บาท/เที่ยว	50 เที่ยว ราคา 26 บาท/เที่ยว

2.2 เกี่ยวกับการเดินทาง 30 วัน สำหรับนักเรียน - นักศึกษา

15 เที่ยว ราคา 24 บาท/เที่ยว	25 เที่ยว ราคา 22 บาท/เที่ยว
40 เที่ยว ราคา 20 บาท/เที่ยว	50 เที่ยว ราคา 19 บาท/เที่ยว

2.3 บัตรแรบบิทสำหรับผู้สูงอายุ

ราคา (บาท)	16	23	26	30	33	37	40	44
ลดเหลือ (บาท)	8	12	13	15	17	19	20	22

2.4 เมื่อใช้บัตรโดยสารประเภทเติมเงินเดินทาง

เดินทางราคาเต็ม (15-42 บาท) จนถึง 31 มีนาคม 2561

ทั้งนี้ ในเส้นทางส่วนต่อขยายจากสถานีอ่อนนุชไปสถานีสำโรง และจากสถานีวงเวียนใหญ่ไปสถานีบางหว้า ซึ่งเป็นส่วนต่อขยายของกรุงเทพมหานคร อัตราค่าโดยสารจะเป็นไปตามประกาศของกรุงเทพมหานคร

จึงประกาศมาเพื่อทราบโดยทั่วกัน

*จนกว่าจะมีประกาศเปลี่ยนแปลง

Announcement regarding adjustment of Effective Fares and promotional prices for travel, with effect from 1st October 2017*.

Bangkok Mass Transit System Public Company Limited would like to inform passengers that with effect from 1st October 2017, Effective Fares and promotional prices for travel in the 23.5 kilometers of the BTS Concession Line between Mo Chit and On Nut stations, and between National Stadium and Saphan Taksin stations (including travel between Saphan Taksin and Wongwian Yai stations) on the Silom Line Extension, will be adjusted as follows:-

1. New Effective Fares

No. of Stations	0-1	2	3	4	5	6	7	8 And above
Fare (Baht)	16	23	26	30	33	37	40	44

2. Promotional prices for travel

2.1 30-Day Trips for Adults

15 trips 31 Baht/trip	25 trips 29 Baht/trip
40 trips 27 Baht/trip	50 trips 26 Baht/trip

2.2 30-Day Trips for Students

15 trips 24 Baht/trip	25 trips 22 Baht/trip
40 trips 20 Baht/trip	50 trips 19 Baht/trip

2.3 Senior Rabbit cardholders

Fare (Baht)	16	23	26	30	33	37	40	44
Discounted Fare (Baht)	8	12	13	15	17	19	20	22

2.4 Stored Value for travel in the BTS SkyTrain System

The fare collection system will continue to deduct fares at the previous rates (15-42 Baht), until 31st March 2018.

Fares for travel on the Sukhumvit Line Extension between On Nut and Samrong stations, and on the Silom Line Extension between Wongwian Yai and Bang Wa stations, which belong to the Bangkok Metropolitan Administration, will be set according to announcements by the Bangkok Metropolitan Administration.

Please be informed accordingly.

* until further notice

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ศูนย์ข้อมูลบีทีเอส For more information, please call **BTS Hotline 0 2617 6000**



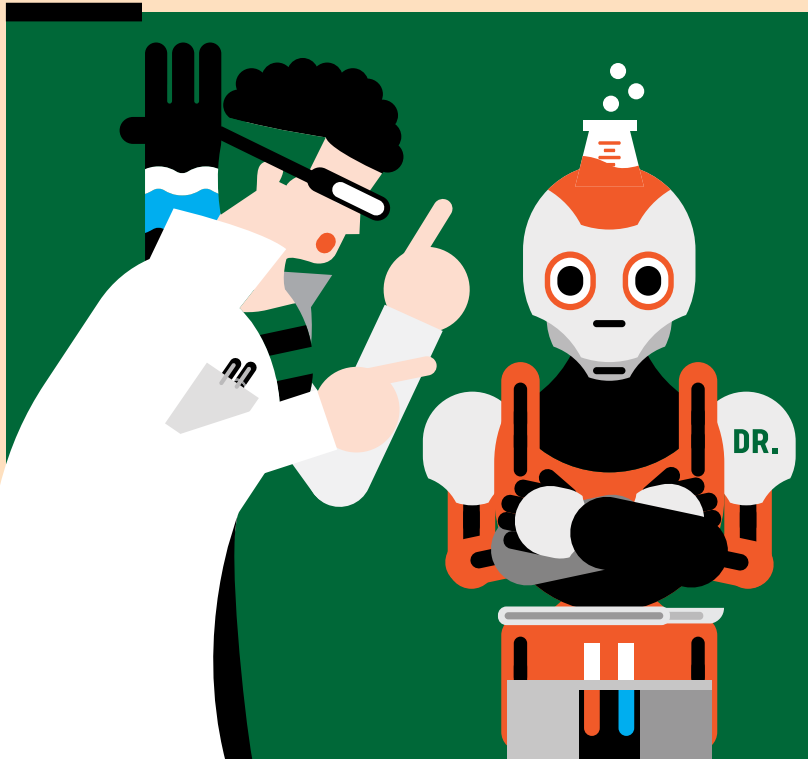


ภาพประกอบ Jackkrit Anantakul

OPINION

THOUGHT-PROVOKING PERSPECTIVES FROM ACCLAIMED COLUMNISTS

ทัศนะจากเหล่าคอลัมนิสต์หลากหลายสาขาอาชีพที่พุกมุดมองแตกต่างมานำเสนอแบบสนุกสนาน น่าอ่าน และให้ข้อคิดมากมาย



TRUST ME, I AM A ROBOT

เชื่อฉันเถอะ เพราะฉันเป็นหุ่นยนต์

มีสถิติที่น่าตกใจเกี่ยวกับการแพทย์ว่า 1 ใน 10 ของการวินิจฉัยโรคนั้นผิด ซึ่งในทีนี้หมายถึงว่า คนไข้เป็นโรค A แต่หมอกลับคิดว่าเป็นโรค B แต่ตัวเลขที่ชวนตั้งคำถามมากกว่าคือ ความผิดพลาดเหล่านี้เป็นผลทำให้เกิดความเสียหายถึงชีวิตโดยไม่จำเป็นกว่า 80,000 คนต่อปี เห็นแบบนี้คุณอาจคิดว่า “เฮ้ย...ต้องเป็นประเทศที่การแพทย์ยังไม่ก้าวหน้าแน่นอน” แต่ไม่ใช่ตัวเลขนี้ถูกเปิดเผยโดย US Institute of Medicine ของอเมริกา ที่การแพทย์ถือว่าเป็นแนวหน้าของโลก แล้วแบบนี้ตัวเลขในประเทศกำลังพัฒนาอย่างเราล่ะ?

อย่าไปเสียเวลาหาเลยครั้น ขนาดหมอยังมีไม่พอเลย ใครจะมานั่งเก็บสถิติให้คนไทยตาต้าๆ กัน

สาเหตุหลักของการวินิจฉัยโรคผิดพลาดนั้นเกิดจากความซับซ้อนของขั้นตอน บางครั้งเกิดจากการถ่ายโอนข้อมูลที่มีผิดพลาดของโรงพยาบาล ความเหนื่อยล้าของหมอที่ทำงานหนักติดต่อกันนานหลายชั่วโมง การตัดสินใจที่เอนเอียงโดยหมอ หรือที่น่าจะเกิดขึ้นบ่อย

อย่างคนไข้ให้ข้อมูลที่ไม่ละเอียด เช่น หมอถามว่า “ปวดหน้าอกซ้ายไหม” คนไข้ตอบว่า “ไม่ปวดเท่าไร” หมอถามต่อ “ไม่เท่าไร มันคือเท่าไรล่ะ” คนไข้ตอบ “ก็ปวดนิดๆ แต่พอขยับแขนก็ปวดมาก” หมอทำหน้างั้น “สรุปปวดมากหรือไม่ปวดเท่าไร” คนไข้ตอบ “ก็มากอยู่นะ แต่ก็นิดๆ หน่อยๆ” สรุปแล้วหมोज่ายพาราเซลิบเม็ดให้กลับบ้านไปกินแทน

สิ่งเหล่านี้ล้วนบ่งชี้ว่า Human Error นั้นเป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขด้วยบางสิ่งที่ทำงานได้เที่ยงตรงสม่ำเสมอตลอดเวลาอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย ซึ่งสิ่งนั้นคงเป็นอะไรไปไม่ได้ นอกจากผู้ช่วยสมองกล (Artificial Intelligence) ที่ตอนนี้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นเรื่อยๆ ในวงการแพทย์ และอีกไม่นานมันจะกลายเป็นมาตรฐานของขั้นตอนการวินิจฉัยโรคในสถานพยาบาลทั่วโลก คำถามที่ตามมาคือเราจะเชื่อใจ ผ่ากัฟผ่ากัฟใช้ไว้ในมือหุ่นยนต์ได้จริงๆ นะหรือ

ตอนนี้มีแอปพลิเคชันวินิจฉัยโรคที่ใช้ AI ออกมาสู่ท้องตลาดบ้างแล้ว มันไม่ใช่แค่การเปลี่ยนจากการให้คนไข้เลือกวินิจฉัยผ่าน

สมาร์ทโฟน แทนที่จะเข้ามาที่โรงพยาบาล แต่ระบบบริการสาธารณสุขแห่งสหราชอาณาจักร (NHS - UK National Health Service) กำลังทดลองใช้แอปฯ ที่ทำงานโดย AI เพื่อตอบคำถามทางโทรศัพท์สายด่วน เวลาคนไข้โทรเข้ามาว่ามันทำงานได้ดีแค่ไหน สามารถบอกขั้นตอนการปฐมพยาบาลที่ถูกต้องในแต่ละกรณีได้อย่างไรบ้าง

ที่จริงแล้วนี่ไม่ใช่เรื่องใหม่อะไรนัก เพราะนักทดลองในอเมริกาหรือยุโรปได้พยายามพัฒนาเทคโนโลยี AI เพื่อใช้ในทางการแพทย์มาหลายสิบปี แต่ช่วงแรกนั้นการพัฒนา AI ค่อนข้างช้า และไม่ได้สร้างประโยชน์มากมายเท่าไรนัก แต่หลังจากที่เทคนิค Deep Reinforcement Learning (DRL - การป้อนข้อมูลและผลลัพธ์เพื่อให้ AI พัฒนาแนวทางการค้นหาคำตอบด้วยตัวเองเหมือน AlphaGo ของ DeepMind) เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ความเป็นไปได้ในการใช้ AI เพื่อการวินิจฉัยโรคที่ยุ่งยากแบบนี้จึงกลายเป็นเรื่องที่ถูกคนหันกลับมาให้ความสนใจกันอีกครั้ง

เปโตร โดมินโกส นักวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ที่มหาวิทยาลัยวอชิงตัน ผู้เขียนหนังสือ *The Master Algorithm* อธิบายไว้ว่า

“ถ้าเรามีระบบ AI ด้วยข้อมูล (data) จากฐานข้อมูลผู้ป่วย เช่น เบาหวาน มะเร็งปอด หรืออาการของโรคต่างๆ ต่อไปเราแค่เอาข้อมูลของผู้ป่วยคนใหม่ใส่เข้าไป กดปุ่ม แล้วหลังจากนั้นเราก็จะได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำมากกว่าหมอที่เป็นมนุษย์ทันที”

ที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด เซบาสเตียน ทริน และเพื่อนของเขาฝึก AI โดยใช้เทคนิค DRL พวกเขาป้อนข้อมูลรูปภาพของโรคผิวหนังจำนวน 100,000 ภาพ ตั้งแต่แมลงกัดต่อยไปจนถึงมะเร็งผิวหนัง หลังจากนั้นใช้ข้อมูลชุดใหม่จากคนไข้อีก 14,000 คน เพื่อเป็นการทดสอบผลลัพธ์ระบบสามารถวินิจฉัยโรคมะเร็งผิวหนังได้แม่นยำกว่าหมอผิวหนังที่มีประสบการณ์เสียอีก ระบบ AI ยังสามารถวินิจฉัยโรคเบาหวานขึ้นตาได้แม่นยำยิ่งกว่าจักษุแพทย์ มันสามารถบ่งบอกถึงก้อนเนื้อมะเร็งในผล CAT Scans หรือ MRI ได้เช่นเดียวกัน หรือแม้กระทั่งคาดเดาว่าคนไข้คนไหนมีโอกาสสูงในการ เป็นโรคหัวใจจากข้อมูลคนไข้คนนั้นอีกด้วย

ข้อมูลเหล่านี้เป็นตัวเลขอันน่าทึ่งของความก้าวหน้าของ AI แต่เราควรเชื่อถือมันมากแค่ไหน เพราะเขาเข้าจริง ๆ เราไม่มีทางรู้เลยว่า AI เหล่านี้สร้างกฎอะไรขึ้นมาข้างใน

THE AUTHOR



โสทรณ สุกตัมภ์

ทำงานเป็นโปรแกรมเมอร์ให้กับบริษัท Intel และ Microsoft เป็นหนึ่งในทีมที่เริ่มต้นเสิร์ชเอนจิน bing.com ตอนนี้ดูแลธุรกิจค้าส่งของครอบครัวที่จังหวัดเชียงใหม่ ลงทุนในตลาดหุ้น เขียนหนังสือเป็นงานอดิเรก (ตอนนี้เป็นที่บอกว่าใช้เวลากับมันเยอะกว่างานประจำเสียอีก) มีความสนใจเรื่องเทคโนโลยีและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ กับการอ่านและการเขียนมาตั้งแต่เด็ก ชอบอ่านหนังสือแนว non-fiction โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีที่กำลังเป็นที่น่าจับตามอง

“ตราบไตที่มนุษย์ยังต้องการความมั่นใจจากมนุษย์ อาชีพหมอก็ยังคงไม่หายไปไหน ถึงแม้ว่าสุดท้ายแล้วสิ่งที่เราอาจจะฝากชีวิตไว้ได้มากที่สุดอาจจะไม่ใช่มือมนุษย์ หรือแม้แต่พระเจ้า แต่เป็นสมองกลที่มีการทำงานได้อย่างไร้ที่ติ”

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล มันเป็นกล่องดำที่ใส่ข้อมูลเข้าไปด้านหนึ่ง แล้วพ่นคำตอบออกมาอีกด้านหนึ่ง โดยที่ผู้ใช้ไม่มีทางรู้เลยว่าขั้นตอนของการตัดสินใจว่าคนหนึ่งถูกแมลงกัด และอีกคนหนึ่งเป็นมะเร็งผิวหนังคืออะไรกันแน่

มันเป็นสิ่งหนึ่งที่เราต้องคำนึงถึงอย่างมาก เพราะการฝึก AI ด้วยชุดข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ อาจสร้างความเสียหายตามมาได้มากกว่าที่คิด ยกตัวอย่าง มหาวิทยาลัยเวนเดอร์บิลด์ รัฐเทนเนสซี พวกเขาได้พัฒนา AI ขึ้นมาเพื่อวินิจฉัยโรคมะเร็งลำไส้จากข้อมูลดิจิทัลของคนไข้ มันทำงานได้เป็นอย่างดีมาตลอด และสามารถสร้างผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยม จนวันหนึ่งผู้สร้างพบว่า AI ที่พวกเขาฝึกนั้นดึงข้อมูลมาผิดส่วน แทนที่จะดูข้อมูลผลตรวจแล็บของผู้ป่วย แต่กลับดูว่าผู้ป่วยคนไหนไปคลินิกไหนบ้าง (ซึ่งเคสของคนที่ตรวจพบว่าเป็นมะเร็งมาจากคลินิกแห่งหนึ่ง) จึงเป็นความผิดพลาดที่น่าทึ่งกลับมาตรวจกันอีกครั้ง เพราะ AI ก็คือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ถ้ามันได้ข้อมูลผิดๆ เข้าไป ผลลัพธ์ที่ออกมาก็ไม่ใช่ว่าที่เราควรนำไปใช้ต่อ

อีกปัญหาหนึ่งคือการวิวัฒนาการของโรค ซึ่งโรคร้ายเหล่านี้มีการปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่เสมอ หนทางที่ดีที่สุดในการป้องกันความผิดพลาดของ AI ในกรณีนี้คือ ให้มีหมอหลายๆ คนเป็นผู้ควบคุมดูแลอีกต่อหนึ่ง คอยเช็คผลตรวจของสมองกลซ้ำอีกทีว่าน่าสงสัยตรงไหนหรือเปล่า จากนั้นค่อยสรุปผลกันใหม่ งานของหมอเองก็ลดลงไป ในขณะที่เดียวกัน หมอก็ต้องคอยระมัดระวังมากขึ้นเป็นพิเศษ เพราะถ้าเกิดความผิดพลาดขึ้นมา เช่น AI บอกว่าเป็นโรค A แล้วหมอบอกว่าเป็นโรค B แต่สุดท้ายหมอวินิจฉัยพลาด ความน่าเชื่อถือของหมอที่เป็นมนุษย์ก็จะต้องลดน้อยถอยลง

อีกคำถามหนึ่งที่ยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนก็คือ ใครกันแน่ที่เป็นเจ้าของข้อมูลคนไข้ โรงพยาบาล วิศวกรที่ฝึก AI หรือตัวคนไข้เอง เพราะปัจจุบันก็มีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลคนไข้อยู่แล้ว เช่น หมอไม่สามารถเอาเคสผู้ป่วยไปแชร์ให้คนอื่นฟังได้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากคนไข้ แต่หากในอนาคตไม่มี

กฎหมายที่ชัดเจน มีการขายข้อมูลของลูกค้าเพื่อสร้างและพัฒนา AI โดยที่ผู้ป่วยไม่ยินยอม เรื่องแบบนี้ไม่ควรเกิดขึ้นเช่นกัน

ที่สุดแล้ว ถึงแม้ปัญหาต่างๆ ที่กล่าวมาจะได้รับ การแก้ไขจนหมด คำถามที่สำคัญที่สุดที่เราจะต้องตอบคือ AI สามารถมาแทนที่หมอทั้งหมดได้หรือเปล่า จากที่ดูการพัฒนาของเทคโนโลยีทางการแพทย์ในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา ผมคาดว่า AI จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และจะกลายเป็น ‘ผู้ช่วย’ คนสำคัญของหมอในอนาคต เพราะตราบไตที่มนุษย์

ยังต้องการความมั่นใจจากมนุษย์ อาชีพหมอก็ยังคงไม่หายไปไหน แม้สุดท้ายแล้วสิ่งที่เราอาจจะฝากชีวิตไว้ได้มากที่สุดอาจจะไม่ใช่มือมนุษย์ หรือแม้แต่พระเจ้า แต่เป็นสมองกลที่มีการทำงานได้อย่างไร้ที่ติ

แต่สำหรับผม ถ้าได้ยินประโยคที่ว่า “คุณเชื่อที่ผมพูดเถอะ ผมเป็นหุ่นยนต์นะ ไม่ใช่มนุษย์”

ผมก็ยังคงจะหันไปถามคุณหมอที่นั่นข้างๆ เพื่อให้ได้ความมั่นใจอีกทีครั้งว่า “คุณหมอมองคิดว่าคุณเป็นอะไรครับ?”



CEMEX เมื่อบริษัทปูนคิดใหม่ เพื่อให้คนจนมีบ้านได้

‘บ้าน’ แม้จะเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตคนเรา แต่การสร้างบ้านสักหลังก็มีค่าใช้จ่ายสูงลิ่ว และไกลเกินเอื้อมสำหรับคนจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย แต่ CEMEX

บริษัทปูนเซเมนต์ยักษ์ใหญ่ ทำธุรกิจแบบ ‘คิดต่าง’ โดยผสมผสานความสามารถจากธุรกิจปูนและวัสดุก่อสร้างให้เข้ากับธุรกิจการเงิน เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ที่ช่วยให้

ภาพ: ธนุ CEMEX

“การ ‘คิดต่าง’ ของ CEMEX ไม่เพียงช่วยแก้ปัญหายอดขายปูนซีเมนต์ที่บริษัท ประสบในยุค 90s แต่ยังช่วยผลักดันให้บริษัทก้าวออกจากกรอบคิดเดิม เพื่อค้นหา นวัตกรรมใหม่ที่สร้างคุณค่าได้ทั้งกำไรและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนจน”

คนรายได้ได้น้อยหลายแสนครอบครัว
ปลูกบ้านในฝันได้เอง

CEMEX เป็นหนึ่งในบริษัทปูนซีเมนต์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก บริษัทอายุ 110 ปีแห่งนี้มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เม็กซิโก มียอดขายประมาณ 1.34 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐต่อปี แม้จะเป็นผู้นำตลาดย่านลาตินอเมริกา แต่ก็ขยายกิจการไปใน 50 ประเทศทั่วโลก

ในยุค 90s ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้โครงการอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ ชะงักตัว คนร่ำรวยและคนชั้นกลางสร้างบ้านน้อยลง ส่งผลให้ความต้องการใช้ปูนในตลาดลดลง เมื่อยอดขายเริ่มมีปัญหา CEMEX จึงพยายามศึกษาและวิเคราะห์หาโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ และพบว่าตลาดที่บริษัทไม่ค่อยสนใจนักอย่างตลาด ‘คนจน’ ก็ยังมีความต้องการใช้ปูนที่ต่อเนื่องและยังโตได้อีกมากในอนาคต

แม้จะเริ่มมองเห็นโอกาสที่ว่า แต่บริษัทก็ยอมรับโดยดุษณีว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในความต้องการหรือปัญหาของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยสักเท่าไร บริษัทจึงกลับไปตั้งต้นโดยเริ่มจากการ ‘ลืม’ วิถีทำธุรกิจ เทคนิคกลยุทธ์ต่างๆ ที่เคยทำมา แล้วมุ่งหานวัตกรรมใหม่ที่จะเข้าถึงกลุ่มคนรายได้ได้น้อย

โดยเริ่มจากการใช้เวลาลงพื้นที่ทำวิจัยอย่างละเอียด เข้าไปในชุมชนเพื่อสังเกตพฤติกรรม เก็บข้อมูล ทำความเข้าใจปัญหาของคนรายได้ได้น้อยที่ปลูกบ้านเอง จนทำให้เห็นปัญหาที่ชัดเจนของพวกเขา ไม่ว่าจะเป็นการขาดแหล่งเงินทุนเพื่อการปลูกบ้านหรือต่อเติม ขั้นตอนอันยุ่งยากของการปลูกบ้านที่คนมีรายได้น้อยต้องหาผู้รับเหมา วิศวกร สถาปนิกที่มีกำแพง แต่กลับส่งมอบงานที่มีคุณภาพต่ำ เมื่อบ้านขาดการออกแบบและการวางแผนที่ดี ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างก็ยิ่งสูงกว่าที่ควรจะเป็น

จากข้อมูลที่ได้ CEMEX นำใจหทัยกลับไปติดต่อ ก่อนจะพัฒนาบริการใหม่ Patrimonio Hoy (แปลว่า ทรัพย์สินที่ดีของเราในวันนี้ ในภาษาสเปน) ใน ค.ศ. 1998 ซึ่งเป็นบริการครบวงจรทั้งออกแบบ-ก่อสร้างปลูกบ้านแก่ผู้มีรายได้น้อยโดยเฉพาะ

โดยใช้กลไกทางการเงินที่คนรายได้ได้น้อยคุ้นเคยอยู่แล้วอย่าง Microlending คือการรวมกลุ่มเพื่อน ๆ มากู้เงินด้วยกัน โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน แต่อาศัยการค้ำประกันกันเอง เมื่อลูกค้ารวมกลุ่มกันมา 3 คนเป็น ‘สมาชิกรายกลุ่ม’ ของ Patrimonio Hoy และออมเงินร่วมกันต่อเนื่องตลอด 70 สัปดาห์ ในจำนวนที่ไม่มากนัก คือประมาณ 10-15 เหรียญสหรัฐต่อสัปดาห์ เงินจำนวนนี้จะใช้เป็นเครดิตค้ำวัสดุก่อสร้างที่ CEMEX จะจัดส่งให้เป็นระยะในระหว่างนั้น

สมาชิกรายกลุ่มเหล่านี้นอกจากจะได้เข้าถึงเงินทุนแล้ว ยังได้รับบริการให้คำปรึกษาด้านการออกแบบและก่อสร้างจากทีมสถาปนิกและวิศวกร รวมทั้งการรับประกันราคาวัสดุก่อสร้างที่ตลอดช่วงอายุสมาชิก แม้ราคาของวัสดุก่อสร้างจะมีความผันผวน นอกจากนี้หากโครงการก่อสร้างล่าช้าหรือสะดุด CEMEX จะเก็บวัสดุก่อสร้างเหล่านี้ไว้ในโกดังให้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

Patrimonio Hoy ทำให้คนมีรายได้น้อยสร้างบ้านได้เร็วกว่าเดิม 3 เท่า และทำให้ประหยัดค่าก่อสร้างไปได้ถึง 30% ลูกค้านับล้านคนของโครงการให้ความเห็นว่าพวกเขาจะไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการปลูกบ้านได้เลย หากไม่มีโครงการนี้

บ้าน Patrimonio Hoy ที่ได้รับการออกแบบและวางระบบมาจากสถาปนิกและวิศวกรมืออาชีพ ในภายหลังที่มีการขายต่อจะมีราคาตลาดสูงกว่าปกติถึง 20% เพราะคุณภาพและฟังก์ชันการใช้งานดีกว่า และมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า นอกจากนี้จะส่งมอบบ้านที่มีคุณภาพที่ดีมากกว่าเดิม บริษัทพบว่า 1 ใน 3 ของลูกค้าใช้พื้นที่บ้านในการต่อยอดหารายได้เพิ่มผ่านการทำธุรกิจ หรือให้เช่า ทำให้ลูกค้ามีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย

Patrimonio Hoy ยังสร้างประโยชน์ต่อชุมชนในด้านการจ้างงาน โดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้านที่เป็นพนักงานขายของโครงการซึ่งเป็นผู้หญิงถึง 95% และเกินครึ่งไม่มีประสบการณ์การทำงานด้านนี้มาก่อน พนักงานขายเหล่านี้เป็นแกนขาของบริษัทในการเข้าถึงชุมชน

ผู้มีรายได้น้อย โดยอาศัยการตลาดแบบเคาะประตูบ้าน การใช้คนในชุมชนเดียวกันที่มีความคุ้นเคยกันอย่างดีมาเป็นพนักงานขาย ทำให้โครงการดูน่าไว้วางใจมากกว่าใช้พนักงานขายแปลกหน้าใส่สูทผูกไทที่มาจากบริษัทยักษ์ใหญ่ที่ชุมชนไม่คุ้นเคยด้วย

ในทางธุรกิจ โครงการ Patrimonio Hoy สร้างยอดขายเพิ่มให้บริษัทและค้ำหนุนในปี 2004 ก่อนจะสร้างกำไรให้บริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งในปี 2008 ที่เป็นปีวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ โครงการช่วยกระจายรายได้สู่ผู้จัดจำหน่ายของ CEMEX มากกว่า 30 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี ช่วยขยายปูนได้มากกว่าปีละ 60,000 ตัน CEMEX ได้รับรางวัลมากมายจากโครงการนี้ เช่น HABITAT Business Award จากองค์การสหประชาชาติในปี 2009 และ ‘Change the World’ Company ลำดับที่ 15 โดยนิตยสาร Fortune ในปี 2015 รวมทั้งกลายเป็นกรณีศึกษาของคณะบริหารธุรกิจที่มหาวิทยาลัยอย่างฮาร์วาร์ดและสแตนฟอร์ด

จนถึงปี 2015 มีครอบครัวกว่า 480,000 ครอบครัวที่มีบ้านหรือต่อเติมบ้านกับโครงการ Patrimonio Hoy โครงการนี้สร้างบ้านไปแล้วเป็นพื้นที่รวมกว่า 4 ล้านตารางเมตร รวมทั้งปล่อยเครดิตให้ผู้มีรายได้น้อยกว่า 295 ล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งในเม็กซิโกและขยายไปยังโคลอมเบีย คอสตาริกา นิการากัว และสาธารณรัฐโดมินิกัน

การ ‘คิดต่าง’ ของ CEMEX ไม่เพียงช่วยแก้ปัญหายอดขายปูนซีเมนต์ที่บริษัทประสบในยุค 90s แต่ยังช่วยผลักดันให้บริษัทก้าวออกจากกรอบคิดเดิมเพื่อค้นหานวัตกรรมใหม่ที่สร้างคุณค่า ได้ทั้งกำไร และยกระดับคุณภาพชีวิตคนจน ความสำเร็จของ CEMEX ในฐานะบริษัทซีเมนต์ยักษ์ใหญ่เจ้าแรกของโลกที่ใช้ธุรกิจแก้ปัญหาให้ตลาดผู้มีรายได้น้อยได้ ทำให้โลกธุรกิจได้บทพิสูจน์อีกครั้งว่าคนจนไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับธุรกิจแค่ในฐานะ ‘กลุ่มเป้าหมาย’ ด้านซีเอสอาร์ หรือการกุศล แต่ก็เป็นพันธมิตรที่สำคัญต่อการอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจได้เช่นกัน

THE AUTHOR



ภัทราวศ
แย้มละอ

นักการตลาด
และนักธุรกิจเพื่อสังคม
ที่มุ่งเป้าความคิด
และประสบการณ์จาก
การทำงานที่ป่าละ



ครีมกันแดด ปะการัง เมื่อบุขยไม่หยุดแค่พื้นดิน

ดาวโลกถือกำเนิดมา 4.54 พันล้านปี เป็นเวลาที่ยาวนานมาก ยาวเกินกว่าที่พวกเราจะจินตนาการช่วงเวลาเนิ่นนานขนาดนั้นออก หากลองเปรียบเทียบใหม่ สมมติว่า 4.54 พันล้านปีนั้นมีค่าเท่ากับ 1 ปี สมมติว่าโลกถือกำเนิดในวันที่ 1 มกราคม และสมมติอีกกว่าวันนี้คือวันที่ 31 ธันวาคม ตอนใกล้เที่ยงคืน หากใช้หน่วยสมมติเปรียบเทียบนี้จะพบว่าบุขยเรานั้นเพิ่งถือกำเนิดมาบนโลกเมื่อเย็นวันที่ 26 ธันวาคม หรือพูดง่าย ๆ ว่าบุขยเราเป็นเพียงผู้อยู่อาศัยรุ่นใหม่ที่สดๆ ที่เพิ่งเกิดขึ้นบนดาวโลกนี้

คำเปรียบเทียบของ เอ็ด ยง จากหนังสือ *I Contain Multitudes* ช่วยให้เราเข้าใจลำดับเวลาการเกิดขึ้นมาของมนุษย์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น แต่สิ่งที่ชวนให้คิดต่อคือ ทำไมผู้อยู่อาศัยรุ่นใหม่อย่างพวกเราจึงมีอิทธิพลในทางลบกับ

ดาวโลกมากนัก นี่พวกเราไม่รู้จักเกรงใจแบคทีเรีย เชื้อรา ปะการัง หรือสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่อยู่กันมาก่อนหน้านี้เลยหรือ

ต้องยอมรับว่าส่วนหนึ่งเกิดจากธรรมชาติของมนุษย์ที่ชอบค้นหาและครอบครอง ตั้งแต่ยุคอดีตที่เราเดินเท้า ซี่มา ไปจนถึงต่อเรือเพื่อค้นหาแผ่นดินอื่น นอกเหนือไปจากแผ่นดินที่ถือกำเนิด และเมื่อค้นหาแล้วยอมนำไปสู่การอยากได้มาครอบครอง จากผืนดินลามไปถึงผืนป่าและผืนน้ำ ด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันมนุษย์ช่างค้นหาสามารถเดินทางสำรวจโลกได้ในทุกจุด รวมไปถึงโลกใต้น้ำที่ไม่ใช่ดินแดนของสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมอย่างเรา และบางครั้งเราก็หลงลืมไปว่า ในการสำรวจโลกใต้น้ำนั้น เราได้ทิ้งบางสิ่งบางอย่างไว้เป็นร่องรอยความเสียหายที่ธรรมชาติไม่ได้ต้องการ

“ควรเลือกครีมกันแดดที่ป้องกันได้ทั้ง

UVA และ UVB ทา 30 นาทีก่อนออกแดด ในปริมาณที่มากพอให้ทั่ว ทาซ้ำทุก 2 ชั่วโมง และทุกครั้งหลังขึ้นจากน้ำ” เป็นคำแนะนำของหมอมิวหนิงทั่วโลก ด้วยหวังจะช่วยปกป้องให้ผิวผู้คนไม่ถูกแสงแดดทำร้าย แต่บางครั้งพวกเรา (ทั้งหมอมและคนใช้) ก็ลืมไปว่าอาจเกิดผลกระทบให้มีบางอย่างที่ชวนนอกจากผิวคน นั่นคือ ปะการัง!

งานวิจัยพบว่า สารกันแดดออกซิเบนโซน ซึ่งเป็นสารกันแดดที่นิยมใช้ในครีมกันแดดแบรนด์ดังมากมาย เพราะมีคุณสมบัติในการป้องกันได้ทั้ง UVA และ UVB กลับมีผลเสียต่อปะการัง โดยส่งผลให้ปะการังถูกฟอกขาว สูญเสียสีตามธรรมชาติไป และยังเป็นอันตรายต่อดีเอ็นเอของปะการัง ส่งผลให้ปะการังตายได้

มีการประมาณว่าในแต่ละปี ครีมกันแดด

THE AUTHOR



พญ. รัตกานต์
รุจีพัฒนกุล

หมอฝังอกหนังสือมาเยอะถึง 14 เล่ม เพราะอยากให้คนไทยสุขภาพดี จะได้ไม่มีใครใช้ให้หมอตระงับความของเธอเนิ่นไปทีเรื่องสุขภาพ well-being และ anti-aging รวมถึงเทรนด์ที่นำสใจแปลกใหม่ที่กำลังเกิดขึ้น

“อย่าปล่อยให้ครีมกันแดดถูกเปลี่ยนบทบาทจากพระเอกที่ช่วยปกป้องสุขภาพผิว กลายเป็นผู้ร้ายที่ทำลายสุขภาพปะการังใต้ท้องทะเล”

ราว 25-60 ล้านขวดกลายเป็นสารปนเปื้อนในท้องทะเลโดยไม่ตั้งใจ เวลาเพียง 20 นาทีที่คนแช่อยู่ในน้ำ ส่งผลให้สารเคมีราว 25% ในครีมกันแดดถูกชะล้างออกไปกลายเป็น ‘Swimmer Pollution’

งานวิจัยในแหล่งดำน้ำจำนวน 6 แห่งในเซาท์แคโรไลนา พบสารออกซิเบนโซนในระดับที่เข้มข้นพอที่จะเป็นอันตรายต่อปะการังได้ในทั้ง 6 พื้นที่ นอกจากสารออกซิเบนโซนแล้ว สารเคมีอื่นๆ ในครีมกันแดดที่พบว่าเป็นอันตรายต่อปะการังได้เช่นเดียวกันคือ บิวทิลพาราเบน, ออกทิลโนเซต และซิงก์ หรือไทเทเนียมไดออกไซด์ ในรูปแบบอนุภาคนาโน (nanoparticle) ซึ่งนิยมใช้ในครีมกันแดดทางกายภาพรุ่นใหม่ (physical sunscreen)

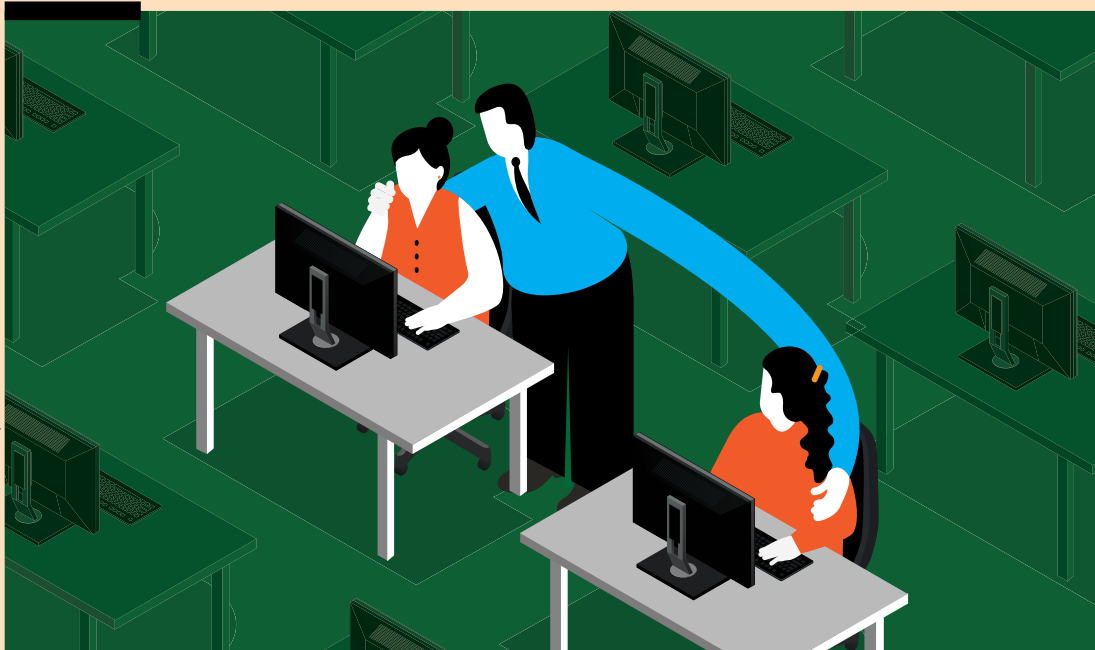
สำหรับนักสำรวจผู้รักดำน้ำดินแดนใต้ผืนน้ำคงจะดีที่ว่าหากเราดำดิ่งลงไปสำรวจแบบสงบเสียงยมเจียมตัว ไม่ทิ้งร่องรอยความเสียหายให้ห่วงมหาสมุทรมากเกินไปนัก การเปลี่ยนแปลงง่ายๆ ที่เราสามารถทำได้ทันทีคือ

- เปลี่ยนมาใช้ครีมกันแดดที่ปราศจากสารออกซิเบนโซน, บิวทิลพาราเบน, ออกทิลโนเซต, ซิงก์ (อนุภาคนาโน), ไทเทเนียมไดออกไซด์ (อนุภาคนาโน)
- ทาครีมกันแดดเฉพาะบริเวณนอกเสื้อผ้า เช่น โบน้า คอ มือ ส่วนบริเวณที่มีเสื้อผ้าปกคลุม พยายามเลือกที่มีค่า SPF (Ultraviolet Protection Factor) สูงๆ
- ร่วมรณรงค์ให้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการพัฒนาครีมกันแดดที่ปราศจากสารเคมีที่ทำร้ายปะการังและสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ใต้ท้องทะเล

อย่าปล่อยให้ครีมกันแดดถูกเปลี่ยนบทบาทจากพระเอกที่ช่วยปกป้องสุขภาพผิว กลายเป็นผู้ร้ายที่ทำลายสุขภาพปะการังใต้ท้องทะเล และอย่าปล่อยให้ความรักที่นำพาให้เราอยากรู้จักโลกใต้ผืนน้ำกลายเป็นการรู้จักเพื่อทำร้ายกัน เพียงเพราะรู้เท่าไม่ถึงการณ์

ที่ตอบไม่ได้หรือคิดว่าคุณที่แฟนเก่า เขาคิดอย่างไร คือมันก็มีความเป็นไปได้ว่าเขาจะไม่ได้คิดอะไรเลย หรือเขาก็ยังมีเยื่อใยกับแฟนเก่าอยู่ แต่พยายามไม่แสดงออกให้เป็นปัญหา หรือก็อาจจะเป็นไปได้เช่นกันว่าเขาจริงใจไม่ได้ และพานหมั้นไปไม่ได้เช่นกับเขา

โดยหลักการ เมื่อเลิกกันก็คือเลิกกันแล้ว แปลว่าต่างคนต่างมีชีวิตใหม่ได้ จะคบหาใคร



ภาพประกอบ Nisakorn Rittapai

เรื่องรักสามเส้า ของเราชาวออฟฟิศ มันจะดีหรือ?

Q: หนูเพิ่งมาทำงานที่ใหม่ได้ไม่นาน ปรากฏว่ามีพี่ที่ทำงานคนหนึ่งมาจับคาง แต่เพื่อนนั้นเคยเป็นแฟนกับพี่อีกคน ซึ่งทำงานอยู่ที่เดียวกัน หนูก็กลัวเหมือนกันว่าแฟนเก่าของเขาคงรู้สึกไม่ดีกับหนูขึ้นมาแล้วจะมีผลกระทบกับงาน หนูควรจะทำอย่างไรดีคะ

A: เรื่องรักในออฟฟิศนี้ทำให้หัวใจชุ่มชื้น ตินะครีบ ทำให้เราอยากทำงานขึ้นมาทีเดียว เขาเป็นว่าเขารัววันจันทร์ก็ไม่น่าเบื่ออีกต่อไปแล้วนะ

ที่ตอบไม่ได้หรือคิดว่าคุณที่แฟนเก่า เขาคิดอย่างไร คือมันก็มีความเป็นไปได้ว่าเขาจะไม่ได้คิดอะไรเลย หรือเขาก็ยังมีเยื่อใยกับแฟนเก่าอยู่ แต่พยายามไม่แสดงออกให้เป็นปัญหา หรือก็อาจจะเป็นไปได้เช่นกันว่าเขาจริงใจไม่ได้ และพานหมั้นไปไม่ได้เช่นกับเขา

โดยหลักการ เมื่อเลิกกันก็คือเลิกกันแล้ว แปลว่าต่างคนต่างมีชีวิตใหม่ได้ จะคบหาใคร

ก็ได้ ใ้การเห็นแฟนเก่ามีคนใหม่ก็อาจจะมีความดีใจจากกันบ้าง (โดยเฉพาะถ้าเขามีก่อนหน้านี้ ฮ่าๆ) แต่ก็ไม่มีสิทธิจะมาหึงหวงกันแล้ว เจ็บได้ แต่ต้องเจ็บแบบมีอาชีพ คือเจ็บแบบไม่สร้างปัญหาให้คนอื่น และไม่ทำให้อตัวเองเดือดร้อนไปเสียแฉกเสี้ยวๆ อย่งไรเสียชีวิตก็ต้องดำเนินต่อไป แต่นั่นเป็นส่วนที่คนเป็นแฟนเก่าต้องไปจัดการจิตใจของตัวเอง เราคงไปทำแทนไม่ได้ เขาเป็นว่าเราขอบคุณดีกว่าแล้ว หนูทำอะไรได้บ้าง?

ที่คิดว่าเรื่องนี้ถ้าหนูตั้งใจทำงานให้ดี ให้ผลงานแสดงออกถึงคุณภาพในตัวของมันเอง และทำตัวดี ไม่ประเจิดประเจ้อ มันก็เป็นเกราะป้องกันภัยให้หนูเองนะ

กับแฟนเก่าของพี่คนนั้นที่หนูต้องทำงานร่วมกันอยู่ หนูก็ให้เกียรติเขาในฐานะที่ร่วมงาน ถ้าหนูทำตัวดี นอบน้อม น่ารัก หนูก็อยู่ออฟฟิศนี้ได้สบายๆ สบายๆ

มันอาจจะมึชช่วงเวลาที่เคยไม่เข้ากันบ้าง หากผลของพี่คนนั้นเขายังไม่หายดี แต่พี่ว่า

THE AUTHOR



ท็อฟฟี่ แบลดชอว์

เจ้าของเพจท็อฟฟี่ แบลดชอว์ (Facebook.com/toffybradshawwriter) หรือ ชยานัท วงศ์มณี อดีต Communications Director ของบริษัท พาร์เอเจนซี ยักษ์ใหญ่ระดับโลก ที่ตัดสินใจลาออกจากคอมพิวเตอร์มาทำธุรกิจของตัวเอง และตั้งใจจะเขียนเพื่อทำให้คนอ่านเก่งขึ้นกว่าตัวเอง

ถ้าหนูทำตัวน่ารัก แสดงออกว่าหนูมาดี ไม่ได้คิดร้ายอะไรกับใคร เดี่ยวเขาก็รู้และเข้ากันได้เอง ใช้เวลาหน่อย อย่าเพิ่งมีกำแพง ตอนนี้อาจจะยังไม่รู้จักกันดีพอ ก็อาจจะมีความสัมพันธ์กันเป็นธรรมดา ผลออกๆ ต่อไปจะกอดคอกัน เป็นพี่สาว-น้องสาว เป็นคุณแม่-คุณลูกก็ได้ มีเยอะไปที่เกลียดกันตอนแรก แต่ตอนหลังกลายเป็นเพื่อนสนิทกัน และไม่ต้องไปหึงว่าที่คนนั้นเคยเป็นแฟนเก่าเลยต้องจับตาดูเป็นพิเศษ ไม่อย่างนั้นหนูจะเป็นบ้าที่ต้องคอยตามหึงอยู่ตลอดเวลา แล้วงานการก็จะเสียเพราะแบบนี้

รักแค่นั้น แต่ความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงานก็ต้องมี ต้องรู้ว่าเราสวมหมวกไปไหนในเวลาอะไร เวลาทำงานก็ต้องทำงานให้ดี เวลาเป็นคนรักก็ทำหน้าที่คนรักให้ดี

แต่สำหรับ worst case scenario หรือสถานการณ์เลวร้ายที่สุดซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ ถ้าเกิดที่แฟนเก่าคนนั้นหมั่นไส้แล้วมากลั่นแกล้ง หนูอย่าได้แคร์ ถ้าหนูทำงานดีแล้ว หนูทำตัวดีทุกอย่างมันจะฟ้องเอง ทุกคนก็รู้แหละว่าใครทำอะไรในออฟฟิศ แต่ถ้าหนูเป็นฝ่ายไปหาเรื่องเขาก็คงไม่มีใครอยากจะช่วยหนูของแบบนี้อยู่ที่หนูเลยว่าหนูวางตัวอย่างไร

อันนี้ไม่ได้แข่ง แต่สมมติชนะ สมมติว่าถ้าถ่านไฟเก่ามันเกิดปะทุขึ้นมา อย่าน่าได้เสียใจกับคนที่เขาไม่รักเราจริงให้มากนัก ให้ถือว่าดีแล้วที่คนแบบนี้ไปจากเรา เรามีความสุขของเขา เราก็ไม่มีความสุขของเรา

ถ้าจะให้พี่แนะนำ พี่คิดว่าลองใช้เวลาดูกันนานๆ หน่อยก็ตื่นศรีบ ความรักยุคซูเปอร์ไฮสปีดอินเทอร์เน็ทมันมาไวไปไวเหลือเกินเดี๋ยวนี้คนเขาคบกันเป็นหลักสี่ปดาหะนะ ตอนจับกันใหม่ๆ อะไรๆ ก็ดี ยิ่งเปลี่ยนสถานที่ใหม่ทุกอย่างใหม่หมด มาเจอคนหน้าใหม่ อะไรก็น่าตื่นเต้น มีคนจับยิ่งน่าตื่นเต้นเข้าไปใหญ่

แต่เราจะแน่ใจได้อย่างไรว่าคนนี้ใช่ มีแต่เวลาเท่านั้นแหละครับที่จะบอกเราได้ ตอนนี้ต่างคนต่างตื่นเต้นกับความใหม่กันอยู่ แต่นานไปจะยังใช้กันอยู่หรือเปล่า ฉะนั้นก่อนจะตกลงปลงใจใดๆ เอาให้แน่ใจก่อนว่ารักกันจริงเรามั่นใจในตัวเขา เขามั่นใจในตัวเรา

ถ้าเขาไม่ใช่ เราจะมีตัวเอง หรือไม่อย่างนั้นเขาก็จะหายไปเอง พวกออกตัวแรงจับกันใหม่ๆ แล้วแสดงออกว่ารักกันปานจะกลืนกินนี้ เวลาเล็กกันโคตรมาเลยน้องเอ๊ย

อีกอย่างก็เพื่อภาพลักษณ์ของหนูด้วย ย้ายงานมาไม่ทันไรได้แฟนใหม่เสียแล้ว พี่ว่ามันจะดูยังไง อยู่นะ

ภาพประกอบ Pichamon Wannasan



ทำไมต้องเมาแล้วขับ?

ถอดรหัสวิธีคิดของคนเมาผ่านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม

เคยสงสัยกันไหมครับว่าคนที่เมาแล้วขับนั้นเป็นคนแบบไหน ทำไมเขาจึงเมาแล้วขับกันทั้งๆ ที่รู้ว่ามันอันตรายต่อตัวเองและคนใช้รถใช้ถนนอื่นๆ เป็นเพราะคนที่เมาแล้วขับนั้นมักจะมีอคติที่ต่ำกว่าคนทั่วไปหรือเปล่า หรือเป็นเพราะว่าพวกเขาไม่รู้ถึงกฎหมายที่ห้ามเมาแล้วขับ หรือเป็นเพราะเหตุผลอื่นที่คนเรายังจะคิดไม่ถึงกัน

ในการพิสูจน์ว่าอะไรเป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่ทำให้คนที่เมาแล้วขับแตกต่างจากคนอื่น ๆ ทั่วไป นักเศรษฐศาสตร์ 3 คนจากมหาวิทยาลัยดุ๊ก ในสหรัฐอเมริกา – Frank A. Sloan, Lindsey M. Eldred และ Yanzi Xu – ได้ลงมือทำการวิเคราะห์ข้อมูลของคนที่ดื่มแล้วขับในอเมริกา (The Survey of Alcohol and Driving) และพบว่า

คนที่เมาแล้วขับไม่ได้มีความสามารถทางด้านความคิดน้อยไปกว่าคนธรรมดาทั่วไป โดยเฉพาะแล้วคนที่เมาแล้วขับสามารถตอบคำถามเลข คำถามสถิติ และคำถามความรู้ทั่วไป อย่างเช่น ‘ถ้าคุณมีเงินในธนาคารอยู่ 200 เหรียญสหรัฐ แล้วคุณได้ดอกเบี้ยปีละ 10% คุณจะเก็บเงินฝากเท่าไรต่อปี’ และ ‘ใครเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดคนปัจจุบันของคุณ’ – ดีพอๆ กันกับคนธรรมดาคนอื่นๆ ทั่วไป แต่

คนที่เมาแล้วขับมักจะเชื่อว่าความทรงจำของตัวเองไม่ค่อยดี และโดยเฉลี่ยแล้วแยกว่าความสามารถในการจำของคนธรรมดาทั่วไป คนที่เมาแล้วขับมากกว่า เมื่อเทียบกับคนธรรมดาทั่วไป

ทั้งนี้คงจะเป็นเพราะว่าคนที่เมาแล้วขับถูกจับและปรับมากกว่าคนที่เมาแต่ไม่ได้ขับ ซึ่งหมายความว่าทำให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายกับคนกลุ่มนี้มากขึ้นก็คงจะช่วยเหลือไม่ได้มาก

คนที่เมาแล้วขับมักจะเป็นคนที่วางแผนไม่เก่ง หรือเป็นคนที่ไม่ชอบวางแผนเลย (poor planner) และเป็นคนหุนหันพลันแล่นมากกว่าคนธรรมดาทั่วไป

คนที่เมาแล้วขับ โดยเฉพาะคนที่เมาแล้วขับมากกว่า 5 ครั้งในปีก่อนที่จะถูกสัมภาษณ์มักให้น้ำหนักกับปัจจุบันมากกว่าอนาคต พูดง่าย ๆ คือพวกเขาชอบความสุขแบบทันที (instant gratification) ส่วนเรื่องร้ายๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นกับตัวเขาในอนาคต พวกเขากลับแทบไม่ได้คิดถึงมันเลย (ส่วนหนึ่งก็เพราะว่าสำหรับคนพวกนี้ อนาคตมันช่างดูไกลเสียเหลือเกิน ถ้าสุขวันนี้ได้ก็สุขก่อนดีกว่า ส่วนเรื่องร้ายๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตก็ไม่จำเป็นต้องคิดถึงมัน)

THE AUTHOR



ณัฐวุฒิ เฟ้าทวิ

นักเศรษฐศาสตร์ด้านวิทยาศาสตร์พฤติกรรม ณ Warwick Business School มหาวิทยาลัยวอร์วิก ประเทศอังกฤษ จะเล่าเรื่องราวและผลงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ความสุข และจิตวิทยาของความสุข

แล้วผลการวิจัยของพวกเขาทั้งสามมีนัยสำคัญกับนโยบายห้ามเมาแล้วขับอย่างไรบ้าง อย่างแรกเลยก็คือ นโยบายที่เกี่ยวกับการศึกษาอาจจะช่วยอะไรได้ไม่มากนัก เพราะคนที่เมาแล้วขับไม่ได้มีความฉลาดมากนักน้อยไปกว่าคนอื่น ๆ ที่ไม่ได้เมาแล้วขับสักเท่าไรนัก แต่ด้วยความที่คนเมาแล้วขับมักจะให้น้ำหนักกับความสุขในปัจจุบันมากกว่าความสุขในอนาคตมากจนเกินไป (นักเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมอย่างเราเรียกพฤติกรรมนั้นว่า Time-inconsistency) เราจึงจำเป็นต้องทำให้การลงโทษคนที่เมาแล้วขับ (และจำเป็นที่จะต้องเป็นการลงโทษที่ค่อนข้างรุนแรงด้วย ไม่ใช่แค่ปรับอย่างเดียว) เกิดขึ้นทันทีที่ถูกจับ แทนที่จะต้องมีการรอลงอาญาไปเรื่อยๆ ด้วยเหตุผลที่ว่า คนกลุ่มนี้ไม่ค่อยแคร์อนาคตของเขาสักเท่าไร การลงอาญาก็คงจะไม่ค่อยมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้มากนัก

และสำหรับคนที่รู้ตัวว่าเป็นคนที่ชอบเมาแล้วขับ แต่ใจจริงคือไม่อยากจะเมาแล้วขับ แต่ห้ามตัวเองไม่ค่อยได้ละก็ การวางแผนว่าจะกลับบ้านอย่างไรก่อนที่จะออกไปดื่มกับเพื่อนๆ นั้นเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่จะป้องกันไม่ให้ทำร้ายตัวเองและคนอื่นรอบข้างจากการเมาแล้วขับนะครับ (แต่ก็ต้องใช้ความพยายามหน่อย เพราะคนที่เมาแล้วขับมักจะวางแผนไม่ค่อยเก่ง)

ผมขอปิดท้ายบทความนี้ด้วยผลการวิจัยอีกชิ้นหนึ่ง นั่นก็คือคนที่เมาแล้วขับมักมีความคิดที่ผิดว่าตัวเองไม่เมา ทั้งนี้ก็เพราะว่าความเมาทำให้ความสามารถในการประเมินความเมาของตัวเองถดถอยลงไปเยอะมาก เพราะฉะนั้นถ้าเพื่อนๆ ที่ๆ นื่องๆ เห็นคนสนิทดื่มเหล้าแล้วพยายามขับรถกลับบ้านเองด้วยเหตุผลที่ว่า “ไม่เมาหรอก ไม่ต้องห่วง ผมรู้ตัวของผมเองว่าลิมิตของผมอยู่ตรงไหน” โอกาสที่คนคนนั้นเขาเมาจริงๆ มันสูงมากนะครับ

Stay safe บนท้องถนนนะครับผม



ภาพประกอบ Karim Foxx

SPECIALIST VS GENERALIST

เชี่ยวชาญเฉพาะทาง หรือรู้แบบกว้างๆ ใครหางานง่ายกว่ากัน

2-3 ปีที่ผ่านมา วงการ HR ถกเถียงกันมากครับ เรื่อง Specialist vs Generalist โดยกระแสใหม่ก็ค่อนข้างยกมาคุยกันคือ ยุคนี้คนที่มีความรู้แบบกว้าง (broad) เป็นที่ต้องการของตลาดมากกว่าคนที่เก่งอะไรอย่างเดียวมากๆ หรือเปล่า

ซึ่งแนวความคิดนี้ค่อนข้างจะสวนทางกับค่านิยมช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา ที่มองว่าการเป็นสเปเชียลลิสต์สร้างความได้เปรียบและเป็นที่ต้องการมากกว่า อย่างในงานวิจัยของมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย สํารวจผู้ที่เรียนจบ MBA จำนวน 400 คนพบว่า คนที่จบโดยเชี่ยวชาญด้าน Investment Banking ได้รับการเสนองานน้อยกว่าคนที่มีความรู้และประสบการณ์แบบกว้างๆ พุดง่าย ๆ คืองานวิจัยนี้พบว่า เจเนอรัลลิสต์ได้รับการเสนองานมากกว่าสเปเชียลลิสต์ครับ

หรือบริษัทบริหารจัดการงานในอินเดียอย่าง Randstad India และ TeamLease India ก็พบเช่นกันครับว่า แนวโน้มการจ้างงานของบริษัทต่างๆ ทุกวันนี้มองหาเจเนอรัลลิสต์มากขึ้น และยังพบว่าคนที่จบ Liberal Arts หรือในบ้านเราคือคณะมนุษยศาสตร์ หรืออักษรศาสตร์ กำลังเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งที่ก่อนหน้านี้คณะเหล่านี้เคยถูกมองว่าเป็นคณะที่จบมาแล้วหางานยาก เพราะไม่ใช่สายอาชีพโดยตรง และเป็นคณะที่เรียนวิชา

ในเชิงกว้าง

ปรากฏการณ์ที่บริษัทต้องการเจเนอรัลลิสต์นี้น่าจะพออธิบายได้จากสาเหตุดังนี้ครับ

อย่างแรกเลยคือ ยุคนี้เป็นยุค less is more สังเกตง่าย ๆ 3-4 ปีที่ผ่านมา สตาร์ทอัพเป็นเรื่องที่คนพูดถึงและพบเห็นบ่อยมาก ขณะเดียวกัน ทิศทางของหลายบริษัทก็หันมาเห็นดีเห็นงามกับการทำตัวให้ ‘เล็ก’ สไตล์สตาร์ทอัพกันทั้งนั้น ยุคนี้จึงเป็นยุคที่เน้นการทำงานแบบทีมเล็กๆ ครับ พอเป็นทีมเล็กคนทำงานเลยจำเป็นต้องทำได้หลายอย่าง เช่น HR ต้องทำได้หลายด้าน คือจัดหาคนจ่ายเงินเดือน ฝึกอบรม ว่าง่าย ๆ ว่า all-in-one ดังนั้นความจำเป็นที่ต้องจ้างสเปเชียลลิสต์ด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะก็จะลดน้อยลง

อย่างที่สองคือ ยุคนี้เป็นยุคที่บริษัทมองหาคนที่สามารถนำมาฝึกฝน (trainable) ได้ ยิ่งในตำแหน่งสำหรับคนจบใหม่ บริษัทจะยิ่งให้ความสนใจเจเนอรัลลิสต์ที่มีกระบวนการคิดที่ดีมากกว่าสเปเชียลลิสต์ด้านใดด้านหนึ่ง เพราะคนที่มีกระบวนการคิดที่ดี ฝึกไม่นานเท่าไรก็เก่งหรือเชี่ยวชาญแล้ว ดีกว่าบริษัทเสี่ยงจ้างสเปเชียลลิสต์ซึ่งค่าตัวแพงกว่ามาทำงาน เพราะหากจ้างมาแล้วไม่เวิร์ก ก็จะเป็นภาระของบริษัทต่อไปอีก

อย่างที่สามคือ ลักษณะงานทุกวันนี้มีความหลากหลายมากขึ้นครับ คือต้องยอมรับ

THE AUTHOR



สวิต
หาญอุตสาหกรรม

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศรีจันทร์ Sahasol จำกัด จบการศึกษาปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปริญญาโท MBA ที่ Vanderbilt University สหรัฐอเมริกา นอกจากงานที่บริษัทแล้ว สวิตยังเป็นวิทยากรพิเศษ และนักเขียนด้านธุรกิจการตลาด รวมถึงเป็นเจ้าของผลงานหนังสือ 4 เล่ม อาทิ *คิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย, อย่าปล่อยให้ใครขยำพุงของคุณ* และยังเป็นเจ้าของเพจบุ๊กแฟนเพจด้านธุรกิจชื่อ Mission To The Moon

ว่าโลกเราหมุนเร็วขึ้นทุกวัน เทรนด์เปลี่ยนใหม่แทบจะตลอดเวลา ส่งผลให้งานที่ทำ ๆ กันก็ต้องปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ด้วยเหมือนกัน ดังนั้นสเปเชียลลิสต์ที่เก่งอะไรเพียงอย่างเดียว แต่ทำอย่างอื่นไม่ค่อยเป็นก็จะปรับตัวตามสภาพแวดล้อมแบบนั้นไม่ทันครับ เพราะรู้และทำงานได้แคบเกินไป กลายเป็นว่าเป็นผลดีกับเจเนอรัลลิสต์ที่ทำได้หลายอย่างกว่าแทน

อย่างไรก็ตาม ทั้งหมดนี้ยังอยู่ในการถกเถียงนะครับ เพราะหลายคนยังมองว่าการเป็นสเปเชียลลิสต์มีความได้เปรียบมากกว่าอยู่ดี เพราะการเป็นเจเนอรัลลิสต์ที่ทำได้หลายอย่าง แต่ไม่เด่นสักอย่างนั้นมีความเสี่ยงต่อการถูกแทนที่ กล่าวคือรับเข้าทำงานง่าย แต่ก็ถูกให้ออกง่ายเหมือนกัน นอกจากนี้ไม่ใช่ทุกวงการที่นิยมเจเนอรัลลิสต์มากกว่าสเปเชียลลิสต์ อย่างวงการที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญสูงๆ เช่น วงการแพทย์ ก็ยังเป็นที่ต้องการอยู่เหมือนเดิม

ทีนี้ถ้าเป็นเช่นนี้แล้ว เก่งแบบไหนจึงจะดีที่สุดในยุคนี้? ผมว่าการมีความรู้แบบตัว T ครับ คือรู้เชิงลึกหรือเชี่ยวชาญอะไรสักด้าน ขณะเดียวกันก็รอบรู้เรื่องอื่นๆ ด้วย ยกตัวอย่าง คนหนึ่งที่เก่งแบบนี้ชัดเจนนมากก็คือ อีลอน มัสก์ ครับ

บางคนยกให้มัสก์เป็นผู้บริหารที่มีความรู้แบบตัว T บางคนก็ยกให้เขาเป็น Expert Generalist อย่างไรก็ตาม ผมคิดว่าสุดท้ายก็คล้ายๆ กัน อยู่ที่ว่ามองจากมุมไหนมากกว่า ถ้ามองว่ามัสก์เป็นสเปเชียลลิสต์ในด้านวิทยาศาสตร์ (ความรู้แนวตั้ง) เขาก็คือคนที่มีความรู้เชิงกว้าง (ความรู้แนวขนาน) ในหลายศาสตร์จากការอ่านหนังสือมากมาย ซึ่งมัสก์อ่านหมดเลยครับ ไม่ว่าจะเป็นด้านปรัชญา ศาสนา วรรณคดี วิศวกรรม ธุรกิจ ชีวิตประวัติบุคคล วิทยาศาสตร์ เรียกว่าแทบทุกแขนงหรือถ้ามองว่าเขาเป็นคนที่รู้หลายศาสตร์และรู้ได้ตีความๆ ก็อาจมองได้ว่าเขาสเปเชียลลิสต์แบบเบ็ด

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ปฏิเสธไม่ได้ครับว่าความรูเชิงกว้างของมัสก์ก็มีผลต่องานที่เขาทำมาๆ เพราะองค์ความรู้หลายแขนง เช่น การบริหาร ธุรกิจ การตลาด ความรู้ด้านพลังงานวิศวกรรม อวกาศ ช่วยให้มีสักเกิดการข้ามองค์ความรู้หรือบูรณาการกัน จนทำให้เขาสามารถสร้าง Tesla และ SpaceX ขึ้นมาได้

ดังนั้นการเชี่ยวชาญเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นเรื่องดีครับ แต่ว่ายุคนี้มันอาจไม่เพียงพอแล้ว หากเราจะต้องรู้อะไรหลายอย่างด้วย ยิ่งพอขึ้น

เป็นระดับหัวหน้าหรือผู้บริหาร การรู้เชิงกว้างจะเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก เพราะช่วยให้เราปรับตัวทันและมีความเข้าใจครอบคลุมงานต่างๆ ได้ดีขึ้น ขณะเดียวกันการทำอะไรหลายอย่างได้เป็นเรื่องดีเหมือนกันครับ แต่ถึงอย่างนั้นเพื่อความมั่นคงในระยะยาวก็ต้อง

สร้างความเชี่ยวชาญสักด้านด้วย เพราะงานบางงานก็ยังต้องการสเปเชียลลิสต์อยู่ดี

พอทราบอย่างนี้แล้ว เราก็น่าจะพองวางแผนโรดแมปการพัฒนาตัวเองให้เป็นที่ต้องการของตลาดได้มากขึ้นนะครับ



ภาพ: Usman Karim Fox

ไขปริศนาโลกแตก จะเลือกรักชาลูกค้าเก่า หรือมุ่งหาแต่ลูกค้าใหม่?

“ค่าใช้จ่ายของการรักษาลูกค้าเดิมถูกกว่าค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้าใหม่” ประโยคนี้เราคงเคยได้ฟังและได้ยินกันเวลาพูดถึงวิชาการตลาดว่าด้วยเรื่องของการรักษาลูกค้าเก่า ด้วยการสร้างความจงรักภักดีในตัวแบรนด์สินค้า (Brand Loyalty)

ส่วนสำคัญของการตลาด นอกจากการโฆษณาแล้ว เรายังต้องทำการรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้ด้วย เนื่องจากมีการยกเอากฎ 80/20 ของพาเรโต (กฎที่ว่าลูกค้าเพียง 20% จะสร้างยอดขายให้เรา 80%) เราจึงเชื่อและมุ่งมั่นในการลงทุนรักษาสฐานลูกค้าเดิมเอาไว้ รวมไปถึงตั้งแคมเปญการตลาดสำหรับลูกค้าเก่าๆ อย่าง Loyalty Program มากมาย

ว่าแต่ความเชื่อนี้จะถูกต้องจริงทั้งหมดหรือไม่?

มีหนังสือเล่มหนึ่งซึ่งเขียนโดย ไบรอนชาร์ป นักการตลาดสายวิทยาศาสตร์ จากประสบการณ์การเป็นที่ปรึกษาให้บริษัทสินค้าอุปโภคบริโภค หรือ FMCG (Fast Moving Consumer Goods) ได้เขียนหนังสือชื่อ

How Brands Grow (2011) ซึ่งหนังสือเล่มนี้นำเสนอผลการวิจัยและทฤษฎีที่หักล้างความเชื่อในความจงรักภักดีของแบรนด์นี้อย่างสิ้นเชิง โดยชาร์ปกล่าวว่า ถ้าแบรนด์อยากจะเติบโต เราต้องมุ่งหวังการหาลูกค้าใหม่ หรือการสร้าง penetration ต่างหาก

เนื้อความในหนังสือของชาร์ป กล่าวโดยสรุปว่า

- การที่สินค้าของเราเติบโตได้ เพราะการเพิ่มความเข้าถึงสินค้ากับคนหมู่มากต่างหาก ไม่ใช่ฐานลูกค้าเดิม ซึ่งคนที่มาซื้อของเราส่วนใหญ่เป็นพวกซื้อไม่เยอะ ไม่บ่อย หรือ light users

- ทั้งนี้ตั้งแต่ทำรีเสิร์ชมา ชาร์ปบอกว่ากฎ 80/20 เอาเข้าจริงๆ เขาทำแทบตายก็เจอแค่กว่า คน 40% จะสร้างยอดขาย 60% เท่านั้นที่เหลือคือคนใช้สินค้าใหม่ๆ หรือใช้ไม่เยอะแต่มีปริมาณมากทั้งหมด

- ความจงรักภักดีของแบรนด์ลดถอยไปมากขึ้น เพราะเรามีตัวเลือกมากขึ้น ทั้งสินค้าและการรับซื้อ เคยมีวิจัยบอกว่า คนที่บอกว่า

ตัวเองเป็น Coke users กว่า 72% ยอมรับว่าตัวเองก็ดื่ม Pepsi

• ผลวิจัย Consumer Panels ที่เราอ่านๆ กันบอกว่า เรากำลังสูญเสียลูกค้าออกไปให้คู่แข่งเป็นจำนวนมาก (lapsed users) ซึ่งมักจะเกิดกับแบรนด์ที่มีสัดส่วนทางการตลาดสูง เหตุผลเพราะยิ่งลูกค้าเยอะ ก็ยิ่งมีสิทธิจะเปลี่ยนแบรนด์ได้ง่าย ไม่ได้น่าแปลกใจจนต้องรีบออกแคมเปญมารักษาฐานลูกค้าเดิม

• ส่วนใหญ่ Loyalty Campaign คือการลดแลกแจกแถมลูกค้าเก่า เพิ่มการบริการพิเศษ และสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่าขึ้นไปอีก ซึ่งเรื่องเหล่านี้ใช้งบแพงมาก และพลาดแค่ครั้งเดียว ลูกค้าก็สามารถเปลี่ยนแบรนด์ได้ทันที

• ชาร์ปบอกอีกว่า กลยุทธ์ที่จะทำให้ยอดขายเพิ่มมีแค่ 2 กลยุทธ์คือ Mental Visibility ทำให้คนจำแบรนด์และจุดขายของเราท่ามกลางแบรนด์มากมายได้ และ Physical Visibility คือการทำให้คนหาซื้อสินค้าเราได้ง่ายที่สุด (เช่น การเพิ่มช่องทางการขาย หรือการสร้างการรับรู้ว่าสินค้าเราขายที่ไหน)

• แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จระดับโลกหลายๆ แบรนด์ใช้กลยุทธ์หาลูกค้าใหม่แบบซื้อที่แล้วทิ้ง

เมื่อคราวที่หนังสือเล่มนี้ออกมา วงการนักการตลาดถือว่าสิ้นสะเทือนมากครับ เพราะข้อมูลในหนังสือนี้น่าเชื่อถือมาก ตัวผมเองก็เคยอยู่บริษัทหนึ่งที่นำเอาแนวคิดของชาร์ปมาใช้ทั้งหมด โดยประกาศตัดงบ Loyalty Campaign และเพิ่มงบการตลาดด้าน awareness แทนหลายตัวเหมือนกัน

สิ่งที่เกิดขึ้นจริงเมื่อมีแบรนด์นำกลยุทธ์ penetration นี้ไปใช้

จากประสบการณ์ของบางบริษัทที่เคยนำกฎนี้ไปใช้ เริ่มต้นจากการตัดงบการตลาดที่ใช้ดูแลลูกค้า รวมไปถึงลูกค้าเดิม ลดการใช้สื่อโซเชียลที่พูดคุยกับลูกค้าปัจจุบันให้น้อยลง แล้วหันไปทุ่มงบในการโฆษณามากขึ้น สิ่งตามมาคือ ลูกค้าเก่า รวมไปถึงร้านค้าที่อยู่ในแคมเปญเหล่านี้ออกมาโวยวายในโซเชียล และผ่านเซลล์ที่ดูแลช่องทางการขาย จนส่งผลกระทบต่อยอดขายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และงบประมาณที่ถูกใช้ไปเพื่อสร้าง awareness ในการดันยอดขายกลับไม่ได้สร้างยอดขายกลับมาอย่างที่หวัง

สิ่งที่ตามมาจากผลการวิจัยคือ ลูกค้าเห็นโฆษณามากขึ้นก็จริง แต่กลับไม่ได้สนใจใน

สิ่งที่แบรนด์ต้องการจะสื่อถึงจุดขายของสินค้า และผลจากการที่มีเสียงกันดาร ทำให้ส่งผลกระทบต่อช่องทางที่ขายดีและยอดขายทันที

อีกเคสหนึ่งที่เจอคือ เมื่อเราปรับกลยุทธ์จากที่ทุ่มงบการตลาดรักษาลูกค้าเก่าออกไป เพราะตัวเลขผลตอบแทนด้านยอดขายของลูกค้าเดิมเป็นไปตามที่คาดการณ์คือ ลงทุนไปแต่ยอดขายกลับไม่คืน ผลปรากฏว่าลูกค้าที่เคยได้รับส่วนลดและของแถมเยอะๆ ออกมาโวยวายใน Pantip จนส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในด้านสิทธิพิเศษที่ได้หลังการขายทันที

Loyalty ยังสำคัญ ไม่ใช่แค่ความจงรักภักดี แต่เป็นการสร้างการบอกต่อและรักษาชื่อเสียงของแบรนด์

การมุ่งแต่ penetration ไม่ผิด แต่ต้องไม่ลืมพิจารณาองค์ประกอบอีกสองอย่างด้วยคือ สินค้าของเราเป็นสินค้าประเภท High Involvement Product หรือสินค้าที่ลูกค้ามีความเกี่ยวพันสูง ต้องหาข้อมูล ต้องมีอารมณ์ร่วม ต้องดูเรื่องแบรนด์ และเรื่องอื่นๆ หรือไม่ เพราะถ้าใช่ การมุ่งแต่สร้างการรับรู้ไม่ช่วยอะไรในเรื่องดังกล่าว

และจุดที่สองที่อยากจะเน้นย้ำคือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคจากการเข้ามาของดิจิทัล ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการบอกต่อประสบการณ์ที่ดี และจากการบอกต่อนี้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

นั่นทำให้หากเราตัดงบการตลาดในการดูแลลูกค้าเก่าออกจนไม่เพียงพอ สินค้าของเราก็จะกลายเป็นสินค้าที่มีภาพลักษณ์ไม่ใสใจดูแลลูกค้าเก่าทันที ซึ่งนั่นส่งผลกระทบต่อยอดขายเช่นเดียวกัน

ดังนั้นการดูแล Loyalty ยังสำคัญ แต่ไม่ใช่ความจงรักภักดีในเชิง 'การซื้อซ้ำ การซื้อบ่อย การซื้อมาก' แต่มันเป็นเชิงความจงรักภักดีในแง่ 'ความรักแบรนด์และพร้อมจะบอกต่อ' มากกว่า เพราะมันพิสูจน์จากหลายๆ การวิจัยแล้วว่า ยอดขายมาจากกลุ่มลูกค้าเดิมไม่ได้สูงแบบมีนัยสำคัญมากกว่าการมีลูกค้าใหม่ๆ เข้ามา อีกทั้งการลดแลกแจกแถมเพื่อกระตุ้นการกลับมาซื้อ แม้อาจต้องลงทุนมากกว่าการทำแคมเปญในการหาคนใหม่ๆ เข้ามา แต่คนที่ภักดีกลุ่มนี้จะเป็นเสมือนคนโปรมอตแบรนด์และแนะนำต่อ ซึ่งจะดึงลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาในท้ายที่สุด

penetration สำคัญเมื่อคุณอยู่ในจุดเริ่มต้น หรือเมื่อบริษัทต้องการยอดขายเพื่อ

สร้างจุดยืนในตลาดและสร้างสภาพคล่องทางการเงิน

การสร้างการเข้าถึงคนหมู่มาก สร้างความจดจำ และขยายช่องทางการขายนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในการเพิ่มยอดขาย และเป็นสิ่งที่ต้อง 'ลงทุน' ในช่วงเริ่มแรก เพราะถ้าเรายังไม่เป็นที่รู้จักและหาซื้อได้ยาก เราก็ไม่สามารถขายสินค้าให้มียอดขายหรือเงินเข้ามาหล่อเลี้ยงองค์กรจนสามารถลงทุนเติบโตต่อเนื่องและสร้างระบบการดูแลฐานลูกค้าได้

ดังนั้นหากคุณยังอยู่ในขั้นตอนเริ่มต้นอยู่ ต้องจัดสรรงบประมาณสำคัญในการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดี เลือกจุดขายที่คนมองหา สื่อสารออกไป และที่สำคัญทำให้ลูกค้าหาซื้อของของคุณได้ง่ายที่สุด

โดยสรุป ลงทุนกับการสร้างการรับรู้และจุดขายของสินค้า แต่ต้องดูแลลูกค้าเก่าให้ถูกต้อง

คำตอบจากคำถามของบทความนี้อาจจะฟังดูกำปั้นทุบดิน แต่ผมขอออกความเห็นที่ต้อง 'ทำทั้งสองอย่าง' และทำอย่างเหมาะสมผมไม่ได้ด้านทฤษฎีของชาร์ป แต่ผมเสริมเพื่อให้เราหยิบไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

หากเราเป็นสินค้าเพิ่งเกิดใหม่... จงเน้นที่คุณภาพสินค้า สร้างการรับรู้และจดจำจุดขายให้ได้ และลงทุนขยายช่องทางการขายให้เร็วที่สุด

หากเราเป็นสินค้าที่ลูกค้ามีความเกี่ยวพันสูง... ให้เน้นทั้งสองอย่างพอประมาณ โดยลงงบการตลาดส่วนใหญ่ไปกับการสร้างการรับรู้ และลงทุนกับการดูแลหลังการขายที่ดี โดยไม่ต้องใช้การลดแลกแจกแถมสำหรับลูกค้าประจำ เพราะต้องใช้งบประมาณมากพอสมควร และไม่ได้ยอดขายกลับมาเต็มเม็ดเต็มหน่วย

หากจะลงทุนกับ Loyalty Campaign ในลูกค้าเดิม ให้เริ่มต้นที่การดูแลหลังการขาย และการจัดการข้อมูลลูกค้า... ลงทุนกับการเข้าใจลูกค้าที่ซื้อเราบ่อยและรักเรา เพื่อนำมาสร้างแคมเปญการตลาดต่อไป และสร้างประสบการณ์การดูแลลูกค้าเก่าที่ดี เพื่อให้เขาบอกต่อให้มากที่สุด

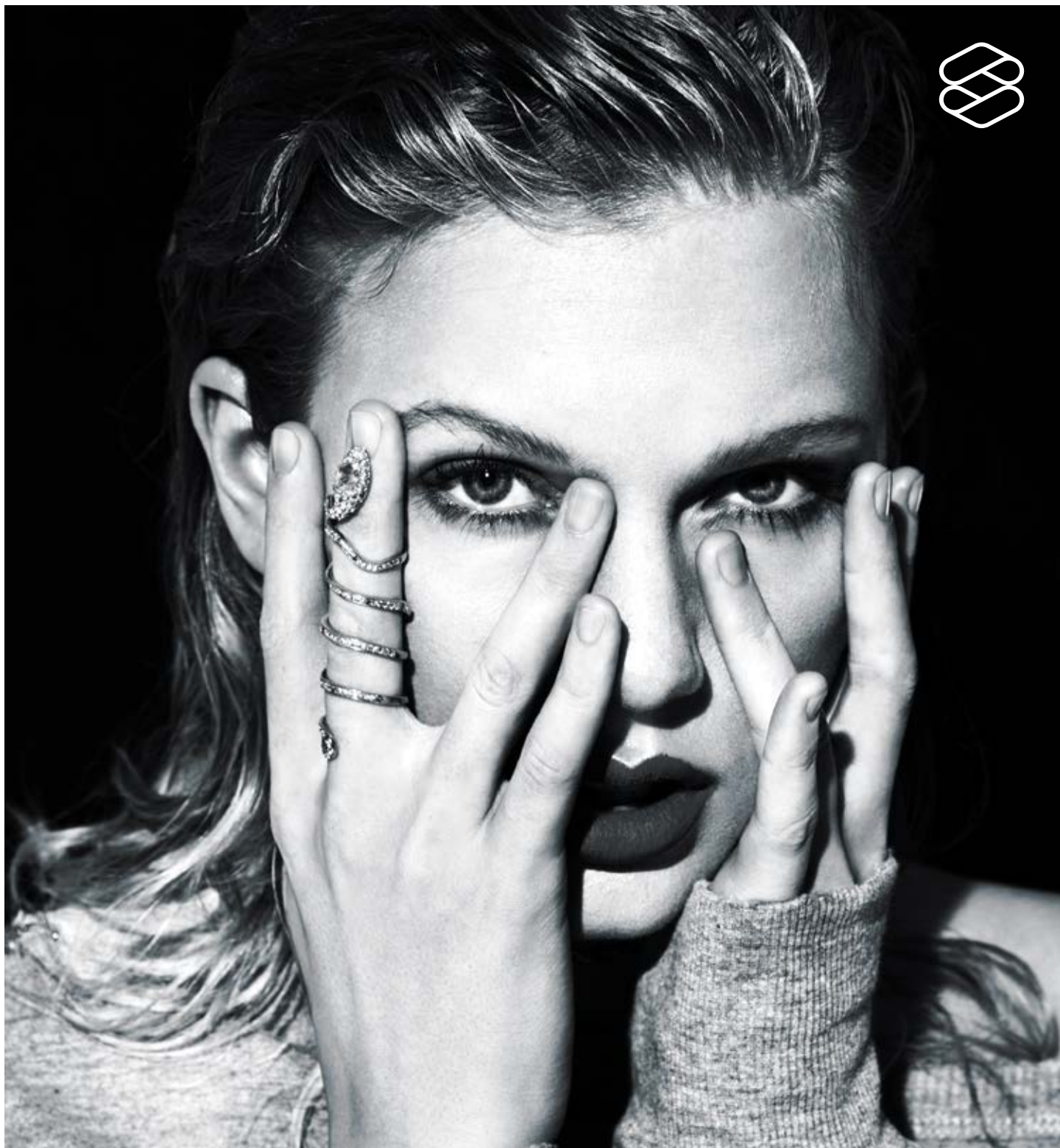
และก่อนเลือกว่ากลยุทธ์การตลาดอย่างไร สิ่งสำคัญที่สุดคือเข้าใจธุรกิจ เข้าใจลูกค้า แล้วเลือกทำในสิ่งที่ควรทำให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่สุดนั่นเอง ☺

THE AUTHOR



สริอง เลาคหิตรี

Chief Marketing Officer แห่ง Rabbit's Tale และเจ้าของเพจบุ๊กแฟนเพจ 'สริองบคิดการตลาด' จะมาถอดรหัสเคล็ดลับเรื่องเด่นประเด็นร้อนที่เป็นกระแสของแบรนด์และสินค้าต่างๆ ในมุมมองของนักการตลาด



ภาพ villiers-london.co.uk

CULTURE

INSIGHTFUL & SOPHISTICATED ENTERTAINMENT REPORTS

เทย์เลอร์ สวิฟต์ สาวน้อยมหัศจรรย์แห่งวงการดนตรี กลับมาพร้อมซิงเกิ้ลใหม่และการตลาดแน่นปึกเพื่อเซย์บัสลั่งกั่วงการเพลงอีกครั้ง

MUSIC

เรื่อง คริสตอฟเฟอร์ สเวนสัน

นักวางแผนการตลาด ผู้สิ้นสะเทือนอุตสาหกรรมดนตรี

T

aylor Swift

ทุกฝั้ว ทุกซิงเกิ้ลที่ปล่อย ทุกชุดที่สวมใส่ ทุกคำพูดที่ทวีตออกมา **เทย์เลอร์ สวิฟต์ (Taylor Swift)** ไม่ใช่เป็นแค่นักร้อง-นักแต่งเพลงมือฉมังและเฉียบคม แต่เป็นนักการตลาดมือหนึ่งของวงการที่เอเจนซีหลายค่ายคงอยากให้ไปเป็นมีเดียแพลนเนอร์ ณ ตอนนี้ เพราะเธอดูเข้าใจกระบวนการใช้โซเชียลมีเดียแบบ 360 องศา

ตั้งแต่สาวคนนี้ปล่อยผลงานอัลบั้มแรก *Taylor Swift* ในปี 2006 เราก็ได้เห็นวิวัฒนาการของการเป็นศิลปิน จากสาวคันทรี่สุดหวาน สู่งการเป็นนางพญาสายป๊อปกับซิงเกิ้ลใหม่ *Look What You Made Me Do* ที่ทุกกระเบียดนิ้วของการปล่อยซิงเกิ้ลนี้ถือว่าเยี่ยมยอด และกำลังสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับวงการเพลงในยุคนี้

สำหรับ เทย์เลอร์ สาววัย 27 ปี การเป็นศิลปินคันทรี่และศิลปินป๊อปมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ในยุค 3 อัลบั้มแรก เทย์เลอร์ทำเพลงสำหรับฐานแฟนคลับคันทรี่แค่ในสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก แต่พอเข้าอัลบั้ม *Red* (2012) เธอเริ่มทำเพลงป๊อปที่ตัวเองเข้าไปอยู่ในสมรภูมิเพลงกระแสหลักที่ฟังกันทั่วโลก ซึ่งตัวเบ็ดเงินกับชื่อเสียงก็ถือว่าทวีคูณ



Reputation

พอเข้าสู่อัลบั้มลำดับที่ห้า 1989 ในปี 2014 ที่มาสเตอร์ป็อบอย่างเต็มตัว เราได้เห็นเทย์เลอร์กลายเป็นนักการตลาดมือทอง โดยเธอได้ออกมาพูดคุยกับ *The Wall Street Journal* ว่าผลงานศิลปะไม่ควรฟรี และศิลปินควรได้รับเงินค่าลิขสิทธิ์โดยไม่ถูกเอาเปรียบ เธอเลือกถอดเพลงออกจาก Spotify ทุกอัลบั้ม และออกจดหมายแถลงการณ์เกี่ยวกับความรู้สึกต่อ Apple Music โดยภายหลังทางแพลตฟอร์มสตรีมมิงก็ยอมทำตามข้อเสนอของเทย์เลอร์

จากจุดนี้ เราเห็นได้ชัดว่าอำนาจของเทย์เลอร์นั้นมหาศาล และมูลค่าในผลงานเธอก็มากขึ้น บวกกับในช่วงนั้นเทย์เลอร์กำลังกวาดการเป็นพรีเซนเตอร์หลายแบรนด์ที่ช่วยสร้างรายได้และทำให้อาณาจักรใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็ Diet Coke, Keds และ Apple Music ที่เป็นแบรนด์ระดับโลกทั้งนั้น

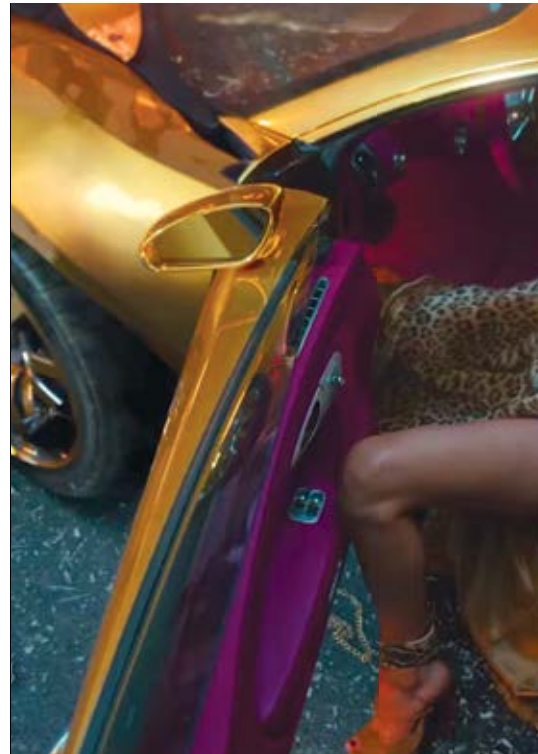
แต่ในปี 2016 ถือเป็นปีที่ทำให้แบรนด์ Taylor Swift สั่นคลอน เพราะ คิม คาร์เดเชียน เวสต์ ได้ตัดสินใจปล่อยคลิปเสียงโทรศัพที่สามี่ของเธอ คานเย เวสต์ พูดคุยกับเทย์เลอร์เรื่องการให้ชื่อเธอในเพลง *Famous* ภาพลักษณ์ของเทย์เลอร์ที่เคยดูมีเสน่ห์ เข้าถึงง่าย ก็เริ่มดูเสแสร้งและไม่น่าเชื่อถือ บวกกับเรื่องราวความรักของเธอที่ผ่านมา โดยเฉพาะการเลิกรากับ คาลวิน แฮร์ริส

ช่วงเพลง *This Is What You Came For* ที่เทย์เลอร์ช่วยแต่ง ก็ทำให้ภาพลักษณ์เทย์เลอร์ยิ่งดูไม่ดีเข้าไปอีก การจะกู้ชื่อกลับมาต้องอาศัยกลยุทธ์ที่คิดมาแล้วอย่างชาญฉลาดก็ว่าได้

ตลอดปี 2017 ก็มีกระแสเล็ดลอดออกมาเป็นระยะว่าเทย์เลอร์กำลังคุมทำผลงานใหม่ และถ้าเป็นไปตามเกมเดิมก็จะปล่อยในไตรมาสที่ 3 ช่วงเดือนกันยายน นักวิจารณ์และแฟนเพลงรอดูกันว่าเธอจะกลับมาพร้อมภาพลักษณ์แบบไหน จะเอาประเด็นอะไรมาพูดในบทเพลง และเธอจะนับหนึ่งใหม่ราวกับว่าลืมทุกอย่างที่เคยเกิดขึ้นก่อนหน้านี้หรือไม่

พอถึงกลางเดือนสิงหาคม เหตุการณ์เหล่านี้ได้เกิดขึ้น

- 14 สิงหาคม - เทย์เลอร์ชนะคดีล่วงละเมิดทางเพศ และได้รับเงินค่าเสียหาย 1 เหรียญสหรัฐ
- 18 สิงหาคม - เทย์เลอร์ล้างโซเชียลมีเดียของตัวเองทุกแพลตฟอร์ม รวมถึงเว็บไซต์ตัวเอง
- 21 สิงหาคม - เทย์เลอร์เริ่มปล่อยคลิปที่เซอร์ตัววู
- 23 สิงหาคม - เทย์เลอร์ประกาศวันวางแผงอัลบั้มใหม่ *Reputation* และซิงเกิ้ลแรกที่จะออกในอีก 2 วันถัดมา
- 25 สิงหาคม - ซิงเกิ้ลแรก *Look What You Made*



“ผลงานศิลปะไม่ควรฟรี และศิลปินควรได้รับเงินค่าลิขสิทธิ์โดยไม่ถูกเอาเปรียบ เธอเลือกถอดเพลงออกจาก Spotify ทุกอัลบั้ม และออกจดหมายแถลงการณ์เกี่ยวกับความรู้สึกต่อ Apple Music”



FYI

- ความน่าสนใจของการปล่อยอัลบั้มใหม่ *Reputation* (2017) คือเทย์เลอร์ได้ผสมผสานหลายแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน โดยไม่ได้มุ่งโปรโมตผ่านออนไลน์เพียงอย่างเดียว
- การเอาภาพปกอัลบั้มไปติดบนรถขนส่งพัสดุของ UPS ทั่วประเทศอเมริกา ถือเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยกระจายผลงานได้ดี
- เทย์เลอร์ร่วมมือกับห้าง Target ในการผลิตบัตรยาสารพิเศษแบบ 'Zine' ที่ทำให้แฟนคลับตัวยงได้ตามเก็บ

Me Do เปิดตัวพร้อม lyric video ที่กลายเป็นคลิปที่มีคนชมมากที่สุดใน 24 ชั่วโมง ขณะเพลง *Something Just Like This* ของ The Chainsmokers และ Coldplay แรกยังทำยอดสตรีมมิงบน Spotify ได้สูงสุดของโลกถึง 8 ล้านครั้ง ภายใน 24 ชั่วโมง

27 สิงหาคม - มิวสิกวิดีโอเพลง *Look What You Made Me Do* เปิดตัวที่งาน MTV Video Music Awards และทำลายสถิติเพลง *Gangnam Style* ของ PSY ด้วยการมียอดวิวสูงสุดในยูทูปภายใน 24 ชั่วโมง

ความน่าสนใจของการปล่อยอัลบั้มใหม่ *Reputation* คือเทย์เลอร์ได้ผสมผสานหลายแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน โดยไม่ได้มุ่งไปที่การโปรโมตผ่านออนไลน์ (ที่ก็ช่วยได้เยอะอยู่แล้ว) สิ่งแรกๆที่เทย์เลอร์ทำคือการร่วมมือกับห้าง Target ที่อเมริกา ในการผลิตบัตรยาสารพิเศษแบบ 'Zine' ที่ทำให้แฟนคลับตัวยงได้ตามเก็บ โดยมีทั้งรูปภาพ บทความ และเรื่องราวต่างๆ ในเล่มนี้

จากนั้นเทย์เลอร์ได้ไปร่วมมือกับ Ticketmaster ในการให้แฟนๆ พร็อกอร์เดอร์อัลบั้มพร้อมกับการซื้อสินค้า เพื่อให้มีโอกาสสูงขึ้นในการจับตัวคอนเสิร์ต (ที่ยังไม่ได้ประกาศทัวร์) แต่กลยุทธ์นี้ก็โดนวิพากษ์วิจารณ์ เพราะเหมือนเป็นการชักจูงให้คนต้องซื้อสินค้ามากขึ้นเพื่อได้โอกาสมากกว่า ต่างกับศิลปินอย่าง

มาดอนน่า และ เคที เพอร์รี ที่ทำโปรโมชันคล้ายๆ กัน แต่มีการรณรงค์ว่าหนึ่งตัวคอนเสิร์ตเท่ากับได้อัลบั้มหนึ่งชุด

ส่วนอีกหนึ่งโปรเจกต์ที่ได้เริ่มทำแล้วคือการเอาภาพปกอัลบั้มไปติดบนรถขนส่งพัสดุของ UPS ทั่วประเทศอเมริกา ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยกระจายผลงานได้ดี และทำให้เห็นถึงตอนที่ Lady Gaga ปล่อยอัลบั้ม *Born This Way* พร้อมจับมือกับเกม FarmVille ที่แมสซัสซัซๆ เพื่อให้เห็นได้โอกาสฟังเพลงในอัลบั้มก่อนคนอื่น แต่การโปรโมตก็ไม่ได้จบเพียงเท่านั้น!

หลังจากที่เทย์เลอร์ปล่อยมิวสิกวิดีโอ *Look What You Made Me Do* เธอยังมีการสวมใส่แหวนเพชรตัวงูและให้แดนเซอร์ใส่เสื้อครอป 'I (Heart) TS' (ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเสื้อที่แฟนเก่า ทอม ฮิดเดิลสตัน เคยใส่เล่นน้ำ) ไอเท็มเหล่านี้มีการวางขายในเว็บไซต์ taylorswift.com โดยทันที เช่นเดียวกับคอนเซปต์ See Now, Buy Now ของวงการแฟชั่น

สิ่งนี้ทำให้เห็นว่าเทย์เลอร์วางแผนการตลาดได้แยบยล และต้องใช้เวลาเตรียมตัวเป็นเดือนๆ เพื่อจะเชื่อมโยงทุกสัดส่วน และเพื่อให้เห็นว่าเทย์เลอร์คือเจ้าแม่ฟอรัลตัวจริงเข้าไปอีก ในฉากอ่างอาบน้ำเพชรที่ได้เห็นในมิวสิกวิดีโอมีแบงก์หนึ่งเหรียญอยู่ด้านขวาของเธอ ซึ่งก็คือจำนวนเงินที่เธอชนะคดีล่วงละเมิดทางเพศ โดยอ้างศึกษาตีๆ โจเซฟ ชาน ผู้กำกับมิวสิกวิดีโอเพลงนี้ได้ออกมาทวีตว่า เทย์เลอร์วางแผนเอ็มวีนี้ตั้งแต่เดือนมกราคม และถ่ายทำในช่วงเดือนพฤษภาคม แต่ตัดดีดัดสินเสร็จ 13 วันก่อนที่วิดีโอจะถูกปล่อย ซึ่งก็มิกที่เห็นในเอ็มวีคงเป็นแค่ความบังเอิญ!

ตอนนี้พูดได้ว่าเทย์เลอร์กลับมาที่ออฟฟิฟอร์มและทางบัลลังก์เพลงอีกครั้ง แต่เธอก็ยังเหลืออีก 2 เดือนกว่าจะปล่อยอัลบั้ม ซึ่งเราเชื่อว่าเธอจะไม่อยู่นิ่ง และต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้อัลบั้ม *Reputation* ได้รับการจารึกว่าได้พิชิตวงการอีกครั้ง และคงทำเงินเพียงพอที่เธอจะไปเดินแจกหนึ่งเหรียญให้กับผู้สนับสนุนทุกคน ☺



อ่านเพิ่มเติมได้ที่
THESTANDARD.CO

Watch Instantly ▾

Just for Kids ▾

Instant Queue

Taste Profile ▾

DVDs



HERE'S WHAT ANIME IS COMING TO NETFLIX



เล่นใหญ่! ปีหน้าพร้อม คลุกวงในตลาดแอนิเมะญี่ปุ่น

ดูเหมือนว่า Netflix ผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิงรายใหญ่ของโลก จะเร่งรุกเข้าสู่ตลาดแอนิเมชันญี่ปุ่นอย่างจริงจังมากยิ่งขึ้น หลังจากก่อนหน้านี้มีความคืบหน้าเกี่ยวกับญี่ปุ่นอยู่บ้าง อาทิ การซื้อลิขสิทธิ์แอนิเมะและภาพยนตร์ญี่ปุ่นมาฉายเอง หรือล่าสุดได้ซื้อต่อลิขสิทธิ์แอสไซม์ญี่ปุ่นสุดดังอย่าง *Death Note* มาจากผู้ถือสิทธิ์เดิมอย่าง Warner Bros. เพื่อนำมาทำเป็นภาพยนตร์ให้คนแสดงฉายเฉพาะบน Netflix เอง



โดยเฉพาะในปี 2017-2018 เรียกว่าเป็นการหมายมั่นปั้นมือเปิดตลาดใหม่แบบสุดซอยเลยก็ว่าได้ เฉพาะปี 2016 ที่ผ่านมานี้ Netflix พุ่มไปกว่า 5 พันล้านเหรียญสหรัฐ กับการสร้างและฉายคอนเทนต์ของตัวเองทั้งซีรีส์, เรย์ลิตี้, สารคดี และภาพยนตร์ และอีกกว่า 6 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2017 นี้ จนหลายคนคงสงสัยว่าทำไม Netflix จึงยังเลือกที่จะพุ่งเข้าสู่สนาม 'แอนิเมะ' ทั้งที่มีข่าวว่าแอนิเมะญี่ปุ่นทำรายได้น้อยลงในปี 2016 และเมื่อต้นปีที่ผ่านมาช่อง NHK เคยเสนอรายงานข่าวว่า 1 ใน 4 ของสตูดิโอแอนิเมะญี่ปุ่นกำลังอยู่ในภาวะขาดทุน!

ทั้งนี้ทั้งนั้น เมื่อมองโดยเม็ดเงินแล้ว The Association of Japanese Animations (AJA) องค์กรที่เกิดจากการร่วมมือกันของบริษัทผู้ผลิตแอนิเมชันในญี่ปุ่นกว่า 60 บริษัท เผยรายงานสรุปชื่อ Anime Industry Report 2016 Summary ระบุว่า สถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมแอนิเมะ

“ด้วยต้นทุนการผลิตที่น้อยกว่าการสร้างภาพยนตร์และซีรีส์ แต่กลับได้ผลกำไรที่ดีกว่า Netflix จึงประกาศเข้าสู่สมรภูมิ ด้วยการประกาศสร้างแอนิเมะที่จะฉายในปี 2018 รวมกว่า 13 เรื่อง”



ในปี 2015-2016 ว่ามีมูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 1.83 ล้านล้านเยน (ราว 18.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ) และมูลค่าต่างประเทศทั่วโลก (ไม่นับรวมประเทศญี่ปุ่น) อยู่ที่ 583.3 พันล้านเยน (ราว 5.27 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ซึ่งเป็นตัวเลขที่เท่ากับรายจ่ายทั้งหมดของ Netflix ที่ใช้ในการสร้างคอนเทนต์ตลอดทั้งปี โดยประเทศที่มีการใช้จ่ายไปกับอุตสาหกรรมแอนิเมะมากที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา ตามมาด้วยจีน และแคนาดา

ด้วยตัวเลขเข้ายวชนวนร่วมแชร์เช่นนี้ ผนวกกับการที่ Netflix มีเครือข่ายกระจายอยู่กว่า 190 ประเทศทั่วโลก อีกทั้งล่าสุดเมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมาได้ผ่านข้อตกลงขอใบอนุญาตเพื่อการฉายแล้วกับประเทศจีน ร่วมกับเครือข่าย iQiyi แพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของ Baidu ยิ่งทำให้ Netflix ดูจะมีอนาคตที่สดใสอย่างยิ่งกับตลาดแอนิเมะที่กำลังจะมาถึง

ด้วยต้นทุนการผลิตที่น้อยกว่าการสร้างภาพยนตร์และซีรีส์คนแสดง แต่กลับได้ผลกำไรที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับต้นทุน Netflix จึงประกาศเข้าสู่สมรภูมิแอนิเมะ ด้วยการประกาศสร้างแอนิเมะใหม่ที่จะฉายบน Netflix ในปี 2018 รวมแล้วกว่า 13 เรื่อง (ซีรีส์ยาว 12 เรื่อง และภาพยนตร์ 1 เรื่อง)

ถึงจะมีเสียงติติงว่า Netflix ชอบทำอะไรเกินตัว พิสูจน์ได้จากรายจ่ายในการสร้างคอนเทนต์ในหลายปีที่ผ่านมา แต่พอดูจากลิสต์รายชื่อแอนิเมะที่เปิดตัวในปีหน้าแล้วกับบอกได้เพียงว่างานนี้ Netflix 'เล่นใหญ่' อีกแล้ว แต่สำคัญที่สุดคือมันดีสำหรับสมาชิกผู้เป็นแฟน 'แอนิเมะ' อย่างแน่นอน! ☺

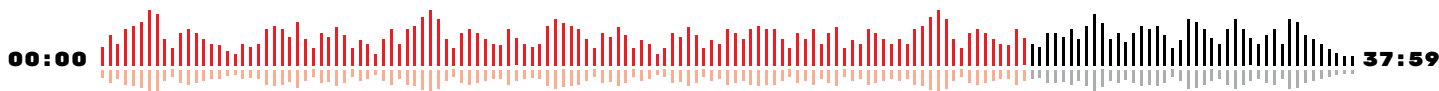


แอนิเมะใหม่ที่จะฉายบน Netflix ในปี 2018 รวมแล้วกว่า 13 เรื่อง (ซีรีส์ยาว 12 เรื่อง และภาพยนตร์ 1 เรื่อง) โดยที่เปิดเผยชื่อเรื่องแล้วมีดังนี้

1. *Devilman: Crybaby* จากแอนิเมะสุดคลาสสิก *Devilman*
2. *Cannon Busters* แอนิเมะแนวหุ่นยนต์ยักษ์
3. *B: The Beginning* ซีรีส์แอนิเมะ 12 ตอน แนวระทึกขวัญ-อาชญากรรม ผลิตโดย Production I.G ผู้สร้าง *Ghost in the Shell*
4. *Sword Gai: the Animation* แอนิเมะแนวแอ็กชัน-แฟนตาซี
5. *Lost Song* แอนิเมะแนวแฟนตาซี
6. *Rilakkuma Series* ซีรีส์ *Rilakkuma* หมีป๊อปสุดน่ารัก จำนวน 13 ตอน
7. *Saint Seiya: Knights of the Zodiac* ที่ร่วมมือกับบริษัท โตเอะ แอนิเมชัน นำ *Saint Seiya* แอนิเมะดังยุค 80s กลับมาสร้างใหม่
8. *Baki (บาชิ จอมประจัญบาน)* แอนิเมะแนวต่อสู้ จำนวน 26 ตอน
9. *Kakegurui (โคตรเซียนโรงเรียนพนัน)* แนวการพนัน-หักเหลี่ยมเฉือนคม
10. *Fate/Apocrypha* จากซีรีส์ทำเงินสุดดังจากเกมและแอนิเมะตระกูล *Fate*
11. *Children of the Whales - "a world covered by oceans of sand"*
12. *A.I.C.O. Incarnation* ผลิตโดย Bones ผู้สร้าง *Fullmetal Alchemist (แบทแมนแปรรูป)*
13. ภาพยนตร์สร้างใหม่อย่าง *Godzilla: Monster Planet* ที่ตีความก๊อดซิลลาใหม่ในโลกยุค 20,000 ปีนับจากที่มนุษย์อพยพออกจากโลก



อ่านเพิ่มเติมที่
THESTANDARD.CO



THE SOUND OF SINGTO

แรงบันดาลใจของศิลปินที่นิยามว่าตัวเองเป็นคน 'โชคดี'

WHO

สิงโต นำโชค

ศิลปินแนวป๊อปและซัลส์เอาต์ที่โด่งดังจากการเป็นผู้นำเทรนด์เครื่องดนตรีอย่างอูคูเลเล่ หลังจากเปิดตัวด้วยซิงเกิ้ลติดหูอย่าง *กึ่ง, ฮู้ฮู้* และ *เรอบอก* สิงโตก็โด่งดังถึงขีดสุดด้วยเพลง *อยู่ต่อเลยได้ไหม* ที่ส่งผลให้เขากลายเป็นศิลปินเพลงฮิตอันดับต้นๆ ของเมืองไทย ต่อยอดด้วยการเป็นโค้ชในรายการ *The Voice Thailand* และตอนนี้เขากลับมากับซิงเกิ้ลใหม่จากสตูดิโออัลบั้มชุดที่สาม *Just Have Fun with It*

THE STORY

“เพลง *ไม่ต้องห่วงฉัน ครับ*” สิงโตพูดถึงเพลงที่เขาได้ฟังเมื่อสมัยที่ยังทำงานเป็นพนักงานโรงงาน จนเกิดแรงบันดาลใจอยากเป็นนักดนตรีพร้อมกับร้องให้ฟังสุดๆ

“ครั้งแรกที่ขึ้นเล่นบนเวทีร้านอาหาร รู้สึกเลยว่าสายกีตาร์มันแข็งมาก ไฟมันร้อนมาก ปกติชอบอยู่บ้านไม่เคยร้องเพี้ยนนะครับ แต่ตอนนั้นปรากฏว่าร้องเพี้ยนเลย” แต่แทนที่จะท้อใจ สิงโตกลับตั้งหน้าตั้งตาฝึกเล่นและร้องเพลงต่อไป จนได้เป็นศิลปินอย่างในทุกวันนี้

และเมื่อถามถึงโชว์ที่สิงโตได้ฟังแล้วฟิน เขาก็พูดถึงวงดังของเมืองไทยอย่าง 25Hours “ผมชอบดูโชว์เขาแล้วเก็บรายละเอียด” สิงโตบอก “เขาคิดตลอดเลยนะ ซึ่งบางคนคิดมากเกินไปแล้วไม่ตี แต่สำหรับวง 25Hours แล้ว เขาคิดมาพอดี ดูแล้วไม่เบื่อ ไม่รู้ว่าดูไปที่ชั่วโมงแล้ว”

ทุกวันนี้นอกจากเป็นศิลปินเต็มเวลาแล้ว สิงโตยังเป็นคุณพ่อของลูกชาย 3 คน เราถามถึงการเดินสายเล่นดนตรีกับการเลี้ยงลูกนั้นจะรวมเข้าด้วยกันได้ไหม

“ได้สิครับ มันเหมือนเมื่อก่อนเราเดินทางตามหาความฝันอยู่คนเดียว เราอดอดขันไม่ผ่านก็เสียใจคนเดียว ผ่านก็ดีใจคนเดียว แต่ตอนนี้เวลาเราผิดหวังพอลกลับมาถึงบ้านก็หาย” เขาตอบพร้อมรอยยิ้มที่ใครหลายคนคุ้นเคย ☺



- ปกติเวลาอยู่บ้าน ภรรยาของสิงโตไม่ค่อยได้ฟังเขาเล่นเพลงเลย เพราะติดชอบตลอด พอดแคสต์นี้สิงโตจึงเล่นเพลง *High* ที่แต่งจากบรรยากาศวันแต่งงานของทั้งคู่ให้ฟังกันแบบสดๆ

- ติดตามตอนใหม่ของ Multiple Eargasms ได้ทุกวันอาทิตย์ ถ้าเป็นรายการโดย แพท บุณยสินสุข ผู้คร่ำหวอดในวงการดนตรีมากกว่า 20 ปี

PODCAST CREDITS

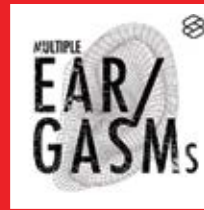
Host สิส: บุณยสินสุข
 Show Creator สิส: บุณยสินสุข, อนุรักษ์ แสงชัย
 Episode Editor อนุรักษ์ แสงชัย
 Sound Designer & Engineer ศุภณัฐ เดชะอำไพ

“ผมเชื่อว่าตัวเองโชคดีที่เราคิดบวกนะ มันทำให้เราไปต่อได้ สมมติว่าวันนั้นเรารู้สึกว่าเราเล่นแย่มาก เราคงเลิกเล่น แต่วันนั้นผมคิดอะไรไม่รู้แหละ แต่เราไม่ได้คิดลบ”



ฟังพอดแคสต์ได้ที่ THESTANDARD.CO

**MULTIPLE
EARGASMS**
10 SEP



EP. 2 JELLY ROCKET
สามสาวที่โดดเด่นด้วยชาวต้อเล็กกรอบนิกสีร็อก ตัดกับเสียงร้องหวานใส เพลงอะไรที่เป็น แรงบันดาลใจไว้ในเส้นทางดนตรีของทั้ง กัท ปิ่น และโนแทมปิดท้ายด้วย Live Show สดๆ ฟันๆ

**THE MONEY CASE
BY THE MONEY COACH**
11 SEP



EP. 6 OVERINVEST
เรื่องราวของการลงทุนเกินตัว ฟังแล้วลงทุนในคอนโดมีเนียมหรูรวม 24 ล้าน กับอีกเคสที่จองคอนโดมีเนียมไปเกือบ 20 ห้อง แล้วสุดท้ายต้องจบด้วยการแก้หนี้แบบมหาศาล

**THE SECRET
SAUCE**
12 SEP



EP. 6 WONGNAI
อะไรคือความสำเร็จของเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับร้านอาหารที่ใครๆ ก็ต้องใช้ เคน นครินทร์ คอยกับ ยอด ชินสุภักฎา ซีอีโอ Wongnai

**NEW
EPISODES!**

นักเรียนนอก
13 SEP



EP. 6 KAYAVINE
Kayavine หรือ เค เลิศสิทธิชัย Vlogger หนุ่มบ้านนอก ที่ไปเรียนระดับชั้นมัธยม และกำลังต่อปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ประเทศกันที่ไวต์วอเตอร์ สหรัฐอเมริกา

**WE NEED
TO TALK**
13 SEP



EP. 6 ชูฉิ่ง
พอดแคสต์ทอล์กโชว์ภาษาอังกฤษ โดย โบ สาวตรี (โบ AF5) คอยกับ ชูฉิ่ง-จิตต์สุภา จิน ในเรื่องบทบาทนางฟ้าไอที ชีวิตเด็กนักเรียนนอกที่นิวยอร์ก และการทีวีที่เธอคลุกคลีอยู่ตอนนี้

เทย์เท่
14 SEP



EP. 6 ตู๊ดซ่อมคอม
ตู๊ดตราครัมภ์คอยให้ความรู้เรื่องอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เธอจะทำให้เรารู้ว่าไอทีซัพพอร์ตไม่ใช่แค่ตั้งหน้าตั้งตาซ่อมคอม แต่คือการสื่อสารกับคนที่เจอพีศด้วยภาษาที่ทุกคนเข้าใจง่าย

WHAT'S NEW ON THE STANDARD PODCAST



ฟัง THE STANDARD PODCAST ได้ที่ [THESTANDARD.CO/PODCAST](https://thestandard.co/podcast)



PODCASTS



PODBean



PODCAST PLAYER



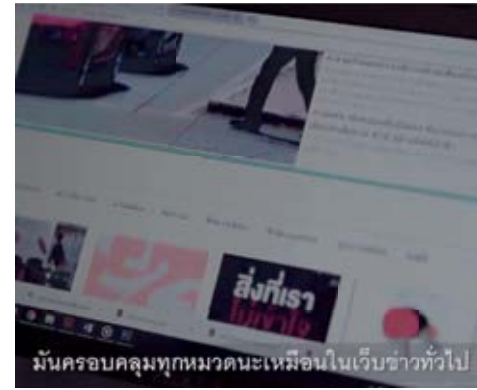
PODCAST ADDICT

VIDEO

เรื่อง นิธิภร ภุโสทรกานนท์

'THISABLE' FOR THE DISABLED

นักข่าวสาวเพื่อคนพิการ



00:00

04:00



WHO

นัทภร ไทรฤกษ์

จบปริญญาตรีจากคณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชาทัศนศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันอายุ 24 ปี นัทภรเป็นนักข่าวเพื่อคนพิการ และเป็นโรคกล้ามเนื้ออ่อนแรง (Spinal Muscular Atrophy-SMA) ตั้งแต่อายุ 6 เดือน

THE STORY

นัทภรรู้ว่าตัวเองเดินไม่ค่อยถนัดนักตั้งแต่ตอนอนุบาล เธอต้องมองเพื่อน ๆ วิ่งเล่นกันในสนามหญ้า ในขณะที่ตัวเองต้องรอให้ครูมาอุ้มไปนั่งชิงช้า เมื่อโตขึ้น เธออยากใช้ชีวิตด้วยตัวเองบ้าง อยากขึ้นรถไฟฟ้า แต่เธอทำไม่ได้ เพราะหลายๆ สถานีไม่มีลิฟต์หรือพื้นที่สาธารณะที่เธอควรมีสิทธิใช้เหมือนประชาชนทั่วไป เจ้าของพื้นที่ที่จะไม่อนุเคราะห์สนใจต่อปัญหาของเธอเท่าไร ที่มากไปกว่านั้นคือ ปัญหาไม่ได้มีแค่นี้ และเธอก็ไม่ใช่ผู้พิการคนเดียวที่รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

หลังเรียนจบได้ไม่นาน นัทภรได้เข้า 'ค่ายเขียนข่าวเพื่อพิทักษ์สิทธิคนพิการ' แต่เมื่อค่ายจบ นัทภรไม่ยอมจบด้วย เธอก่อตั้งเว็บไซต์ ThisAble.me นำเสนอข่าวสารครอบคลุมแทบจะทุกหมวด เช่น การเมือง สังคม ต่างประเทศ แฟชั่น ฯลฯ ให้ความรู้ตั้งแต่เรื่องทั่วไป จนกระทั่งถึงเรื่องซับซ้อนอย่างสิทธิหรือข้อกฎหมายแน่นอนว่าเนื้อหาที่นำเสนอทุกเรื่องล้วนมีแง่มุมเกี่ยวกับผู้พิการแบบที่คนไม่พิการก็อ่านแล้วได้ประโยชน์ ช่องว่างที่เคยห่างไกลระหว่างคนพิการและไม่พิการ เริ่มขยับเข้าใกล้กันมากขึ้น

ตราบไต่ทำงานของเธอยังเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น นัทภรไม่เห็นเหตุผลใดที่จะเปลี่ยนไปทำงานอื่น เธอจะเดินหน้าต่อไปจนกว่าสิทธิคนพิการจะกลายเป็นเรื่องของทุกคน... เพราะเราต่างก็อยู่ในโลกใบเดียวกัน ☺



- ตั้งแต่งานความได้ แพทย์ไม่เคยวินิจฉัยโรคของเธอได้ถูกต้องเลย จนกระทั่งได้ตรวจ DNA เมื่ออายุ 12 ปี จึงรู้แน่ชัดว่าตัวเองป่วย

- ตอนอยู่มหาวิทยาลัย เธอสร้างเพจ 'กล้ามเนื้ออ่อนแรง โรคของเรา โลกของเรา' มีคนส่งข้อความมาหาทั้งคนขายอุปกรณ์เพื่อคนพิการ และพ่อแม่ที่มีลูกเป็นโรคเดียวกับเธอ

VIDEO CREDITS

STORY MAKERS

ไอริดา รัศมีขยง ภาณุ วิวัชฌนาภา ศศิพิมพ์ อนันตกรณวัฒน์ ชยานันต์ สิริสุภานันท์

“สุดท้ายเราคาดหวังว่า บทบาทของเว็บจะไม่ต้องทำอะไรเลย เราคาดหวังว่าไม่ต้องมีเว็บนี้แล้ว แต่ประเด็นคนพิการจะเป็นประเด็นที่ทุกคนพูดถึงโดยอัตโนมัติ”



ดูคลิปได้ที่ THESTANDARD.CO

MASSADA[®]

SWITZERLAND



Eyewear Distributed by Quad 22 Co., Ltd. FB/IG: @Quad22_Thailand #Quad22Thailand Tel. 02-187-2800
Available at: Paragon Department Store, Siam Discovery, Paris Miki, Sunglass Mania, T Zone, Siam Jaksu, Waltz, Vitree, Optic 2000, Specrepublic, The Next, Optic Square, Spectacles Room, Shade, and Leading Eyewear Boutiques.



HEADQUARTERS

อาณาจักรธุรกิจพร้อมตอบโจทย์
ทั้งการลงทุน อยู่อาศัย ทำธุรกิจ

พื้นที่ใช้สอยกว่า 700 ตร.ม. พร้อมลิฟต์ส่วนตัว
ที่จอดรถสูงสุด 9 คัน
ใกล้ทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา

เริ่ม 27 - 50 ล้านบาท



สอบถามเพิ่มเติม Line : @hqel

เจ้าของโครงการและผู้มีกรรมสิทธิ์ที่ดิน บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) คณะผู้บริหารและทีมขาย 1010 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 ประธานกรรมการบริหาร นายชวนตา ตามาพันธ์ ภูษิตกะนิยน์ 4,379,332,012 บาท (ชำระแล้ว 4,179,332,012 บาท) โครงการ เอสคิวเทค เอ็มบี-ลาดพร้าว รูปแบบโครงการบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด ที่ตั้งโครงการบริเวณ ถนนเอกมัย-ลาดพร้าว แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โฉนดที่ดินเลขที่ 8588 เลขที่ดิน 4842 เนื้อที่โครงการประมาณ 6-2-41 ไร่ (2,641 ตารางวา) ส่วนสาธารณูปโภค ประมาณ 150.2 ตารางวา ส่วนแยกเนื้อที่รวมประมาณ 30 ตารางวา ที่ดินเปล่าสำหรับจัดตั้งศูนย์การค้า เนื้อที่ประมาณ 29.4 ตารางวา ที่ดินไม่มีภาระผูกพันกับสถาบันการเงิน โฉนดอาคารพาณิชย์เลขที่ 3/2560 เริ่มก่อสร้าง 1 กรกฎาคม 2559 คาดว่าจะแล้วเสร็จ 30 มิถุนายน 2561 โฉนดกรรมสิทธิ์ที่ดิน 30 วัน เมื่อได้รับใบอนุญาตจัดสรร และการก่อสร้างแล้วเสร็จพร้อมการชำระเงินครบถ้วนตามสัญญา *ราคาจะลอยตัวไปขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและขึ้นไม่ ตามที่บริษัท กำหนด สอบถามเพิ่มเติมโทร 1749

FOR GOOD MORNINGS

SC ASSET

1749
SCASSET.COM