



Creative Thailand

สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์

นิตยสารส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ผลักดันเศรษฐกิจไทย โดย CEA

พฤษภาคม 2563 ปีที่ 11 | ฉบับที่ 8
แจกฟรี



CREATIVITY MUST GO ON

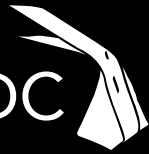
เมื่อความคิดสร้างสรรค์สู้ COVID-19

Creative Place
Women in Power

Creative Business
MyCloud Fulfillment

The Creative
ดร.มหิศร ว่องมาติ (Cu-Robocovid)

LINE@TCDC



ขอเป็นอีกช่องทางให้คุณเข้าถึง
บริการหลากหลายของเรา อาทิ
TCDC Resource Center,
TCDC Material Database และ
Creative Thailand (นิตยสารคิด)
โดยสมาชิกและนักสร้างสรรค์
ทั้งหลายสามารถเข้าถึงบริการ
เหล่านี้ได้จากที่บ้าน

LINE@TCDC will help you access through
our service from TCDC Resource Center,
TCDC Material Database and Creative Thailand.
The members and creators can access these
services from home



เพิ่มเพื่อน
Add LINE Official Account
@TCDC





Photo by Volodymyr Hyshchenko on Unsplash

ความอ่อนแอคือจุดกำเนิดของนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และการเปลี่ยนแปลง

Brené Brown

ศาสตราจารย์ นักเขียน นักพูด TED Talk

ในหัวข้อ “The power of vulnerability : พลังของความเปราะบางทางใจ”

Contents : สารบัญ



Creative Update 6

เทศกาลหนังสือศิลปะกรุงเทพในยุคโควิด-19 / ภาษาโควิด / หลากหลายแหล่งหนังสืออ่านฟรีสำหรับเด็ก ๆ ในช่วงล็อกดาวน์

Creative Resource 8

Featured Book / Article / Database / Book

MDiC 10

ฆ่าเชื้อได้ปลอดภัย
ด้วยนวัตกรรม UV-C รูปแบบใหม่

Cover Story 12

Creativity Must Go On
เมื่อความคิดสร้างสรรค์สู้ COVID-19

Fact and Figure 18

สถิติเบื้องหลัง Work from Home
ที่หลายคนเขย่าวงกตต่อเวิร์กต่อไป

Creative Business 20

MyCloud Fulfillment
คลังสินค้าออนไลน์ครบวงจร
ที่ตามใจคุณลูกค้าที่สุด

How To 23

มีความหวังอย่างมีสติ
ทำอย่างไรให้พร้อมรับมือกับความกลัว

Creative Place 24

Women in Power
ถอดบทเรียนภาวะผู้นำหญิง “เชิงได้ อ่อนเป็น”
นำพาประเทศรอดพ้นวิกฤต

The Creative 28

ดร.มหิศร ว่องมาติ
กับการก้าวสู่หุ่นยนต์เซฟฟูลคอบ
ของ Cu-RoboCovid

Creative Solution 34

ทางไปของพลาสติก
ที่กลับมาพร้อมโควิด-19



บรรณาธิการที่ปรึกษา : อภิสิทธิ์ ไส้ลัดดูไกล บรรณาธิการอำนวยการ : มนต์นิล ยงวิกุล ที่ปรึกษา : เลอชาติ ธรรมธีรเสถียร บรรณาธิการบริหาร : พชรินทร์ พัฒนบุญไพบูลย์ กองบรรณาธิการ : มนต์นาถ ล้วนพรวงค์, พัฒนิตา มิตระกิตติ, ภัทราพร ตูลมะตัน และ ชนภมาศ ไพรศรี เลขากองบรรณาธิการ : ณัฐชา ตะวันนาโชติ ศิลปกรรม : ชิดชน นินนาทนนท์ประสานงานกองบรรณาธิการ : วณัฐ ญูเกษตร เว็บไซต์ : นพพร คนไฉ่ นักศึกษาฝึกงาน : สุธิตา ลิบลุย์

จัดทำโดย : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (CEA)

1160 อาคารปิ่นเกล้ากลาง ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 02 105 7400 แฟกซ์. 02 105 7450

พิมพ์ที่ : บริษัท เอปัส อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด โทร. 034 446 718

จำนวน 10,000 เล่ม

ติดต่อลงโฆษณา : Commu.Dept@tcdc.or.th

นิตยสารฉบับนี้ใช้หมึกพิมพ์จากน้ำมันถั่วเหลืองที่เป็นมิตรต่อสุขภาพ ทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และใช้กระดาษรีไซเคิล ซึ่งเป็นผลผลิตของผู้ประกอบการไทย

จัดทำภายใต้โครงการ “Creative Thailand สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์” โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (CEA) ซึ่งมีเป้าหมายในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และผลักดันการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย



อ่านนิตยสารฉบับออนไลน์และดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
www.creativethailand.org
Email: creativethailand@cea.or.th
Twitter: @Creative_TH
Facebook: Creative Thailand
Youtube: Creative Thailand Channel



อนุญาตให้ใช้ได้ตามสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์
แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน 3.0 ประเทศไทย





SHOW ME EMPATHY

Santander สถาบันการเงินระดับนานาชาติของสเปน และ Anheuser-Busch ผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่ในสหรัฐอเมริกา ต่างก็ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อตอบรับกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั้งการผ่อนปรนเรื่องการชำระหนี้และการปรับโรงเบียร์มาช่วยผลิตน้ำยาล้างมือ แต่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกีฬาซึ่งการแข่งขันทั้งหมดต้องถูกยกเลิก ในฐานะสปอนเซอร์และเครื่องดื่มที่มาคู่กับการแข่งขันในสนาม ทั้งสองแห่งก็ต้องเพิ่มหนทางในการเชื่อมต่อกับลูกค้ากลุ่มนี้

จากสปอนเซอร์ของการแข่งขันฟุตบอลลาลิกา ลีก มาสู่การแข่งขันอี-สปอร์ต LaLiga Santander FIFA 2020 โดยให้นักเล่นเกมชื่อดังอย่าง อิบิ ยานอส (Ibai Llanos) ที่ก่อนหน้านี้เคยจัดการแข่งขันฟุตบอลออนไลน์ที่มียอดผู้เข้าชมถึง 60,000 คนเท่าในสนามจริง ทำหน้าที่จัดการเชิญนักเตะจากหลายสโมสรมาเป็นผู้แข่งขันในการบังคับเกมฟุตบอลออนไลน์ที่มียอดเข้าชม 1 ล้านวิว ซึ่งแม้ว่าจะไม่สามารถเทียบกับการแข่งขันจริงได้ แต่การจัดการแข่งขันบนแพลตฟอร์มใหม่นี้ก็ได้สร้างประสบการณ์ที่ดีสำหรับแฟน ๆ ที่ได้ใกล้ชิดกับนักเตะของพวกเขาในอีกรูปแบบหนึ่ง และตัวนักเตะเองก็รู้สึกชื่นชอบกับชัยชนะในรูปแบบใหม่นี้เช่นกัน

ในส่วนของบริษัท Anheuser-Busch การร่วมมือกับสภาการชกอเมริกันประจำรัฐมิสซูรีและอาร์คันซอ (American Red Cross of Missouri and Arkansas) ไม่ใช่แค่การบริจาคเงิน แต่ยังเป็นการทำงานร่วมกับพาร์ทเนอร์ด้านการกีฬาทั่วประเทศ ในการเปลี่ยนสนามกีฬาที่ว่างเปล่า 30 แห่ง ให้กลายเป็นสถานที่บริจาคโลหิต เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนเลือดจากการที่รถขนส่งเลือดถูกสั่งห้ามไม่ให้วิ่งข้ามมลรัฐ ด้วยพื้นที่ขนาดใหญ่ของสนามกีฬาจึงทำให้สามารถตั้งเตียง

ให้มีระยะห่างกัน เมื่อประกอบกับการหมั่นตรวจเช็คและทำความสะอาดสถานที่ก็ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติงานได้เกือบเป็นปกติ

แม้ว่าสเกลของผู้ชมเกมออนไลน์หรือการบริจาคโลหิต จะเทียบไม่ได้กับการเปิดสนามแข่งขัน แต่ก็ทำให้สปอนเซอร์และพาร์ทเนอร์ธุรกิจเหล่านี้สามารถส่งต่อคุณค่าใหม่ของบริษัทไปถึงแฟนกลุ่มนี้ได้ ซึ่งแน่นอนว่าจะเป็นผลดีในระยะยาว โดยรายงานของที่ปรึกษาการบริหารระดับโลก McKinsey & Company ระบุว่า การแสดงความห่วงใยและใส่ใจในยามวิกฤตจะช่วยให้บริษัทสร้างรากฐานของความรู้สึกดีและความผูกพันกับลูกค้าได้ เพียงแต่ต้องสร้างสรรค์ให้ถูกที่ถูกทาง ซึ่งเราได้เห็นจากผู้ผลิตหลายรายที่พยายามทำให้ระบบออนไลน์ยังคงอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันได้ ตั้งแต่การส่งของกินของใช้ การเข้าถึงความบันเทิงในทุกรูปแบบ ตั้งแต่ภาพยนตร์ ฟิสิกส์ ความรู้ และการดูแลสุขภาพที่ไม่อาจทำได้ แต่สำหรับบางธุรกิจที่ไม่สามารถย้ายทุกอย่างมาเสนอบนช่องทางออนไลน์ การนำความเชี่ยวชาญและคุณค่าของบริษัทมาตอบใจความกังวลที่อยู่ในใจของคนส่วนใหญ่ อย่างเช่น ร้านค้าที่เปิดเวลาขายของพิเศษให้กับผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเปราะบางเพื่อลดความเสี่ยงและเป็นการลดจำนวนผู้ป่วยทางอ้อม หรือการปรับโรงงานมาผลิตสินค้าที่ขาดแคลน การผ่อนเบาความวิตกกังวลด้านการงานและการเงินที่ตามมาด้วยความพยายามรักษาสถานภาพของพนักงานและการผ่อนผันการชำระหนี้ ก็เป็นอีกทางในการรักษาสายสัมพันธ์ที่ดีเอาไว้จนเมื่อสถานการณ์ดีขึ้น เพราะแม้จะไม่ใช่ลูกค้าทั้งหมดที่หันมา แต่ความประทับใจในสิ่งที่ได้รับยามวิกฤต ก็ไม่ใช่สิ่งที่จะลืมกันง่าย ๆ [CT]

มนต์ณี ยงวิกุล
บรรณาธิการอำนวยการ

เทศกาลหนังสือศิลปะกรุงเทพฯ ยุคโควิด กับแพลตฟอร์มใหม่ที่ท้าทาย

เรื่อง : สุธิตา ลิ้มลย์



จากสถานการณ์ปัจจุบัน แทบทุกกิจกรรมต้องถูกเลื่อนหรือยกเลิกไป ทำให้แพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น และช่วยให้บางกิจกรรมยังคงดำเนินการต่อไปได้ เช่นเดียวกับงานเทศกาลหนังสือศิลปะกรุงเทพฯ (BKKABF) ในปีนี้ ที่ได้เพิ่มเติมอีกหนึ่งโครงการบนพื้นที่ออนไลน์ เพื่อสานต่อวัตถุประสงค์การสนับสนุนคนทำงานสร้างสรรค์เกี่ยวกับหนังสือศิลปะในประเทศ

Bangkok Art Book Fair (BKKABF) หรืองานเทศกาลหนังสือศิลปะกรุงเทพฯ โดยความร่วมมือของ Studio150 สตูดิโอออกแบบกราฟิกและ BANGKOK CITY CITY GALLERY คือหนึ่งในงานประจำปี ที่เดิมทีจะต้องถูกจัดขึ้นเป็นปีที่ 4 ติดต่อกันในเดือนกันยายน 2563 ที่จะถึงนี้ แต่ด้วยสถานการณ์โรคระบาดทำให้งานดังกล่าวต้องถูกยกเลิกไปอย่างกะทันหัน ผู้จัดงานจึงได้คิดแก้ปัญหาด้วยการจัดอีกหนึ่งโปรเจกต์ที่ยังคงทำหน้าที่ส่งเสริมให้คนทำงานได้มาร่วมมือกันสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ให้กับวงการอาร์ตบุ๊ก ผ่านกิจกรรม “BKKABF CO-OP” หรือสหกรณ์บางกอกอาร์ตบุ๊กแฟร์ ที่ออกแบบมาเพื่อสานต่อวัตถุประสงค์เดิมของงาน BKKABF อย่างการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างชุมชนของสื่อสิ่งพิมพ์อิสระรายเล็ก ๆ ร่วมกับกลุ่มนักออกแบบศิลปิน และสำนักพิมพ์ทางเลือก เพื่อพัฒนาความรู้ที่มา : bangkokartbookfair.info

ด้านศิลปะการออกแบบและการพิมพ์ รวมถึงเพื่อส่งเสริมการเผยแพร่ผลงาน สร้างแรงบันดาลใจและความหวัง ท่ามกลางความไม่แน่นอนของสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นทั่วโลก

แผนการของ BKKABF CO-OP แบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงระดมกำลัง (Contribution) ที่เปิดรับผู้ที่สนใจ มาร่วมแบ่งปันไอเดียเจ๋ง ๆ และวางแผนการจัดงานร่วมกัน ช่วงรับสมัคร (Application) เปิดให้ทั้งผู้ที่เคยเข้าร่วมงานหน้าเก่าและหน้าใหม่ที่อยากจะมาสนุกสนานกันได้ลงทะเบียนมาปล่อยของ และช่วงกิจกรรม (Activity) ที่พร้อมให้ผู้เข้าร่วมงานโหวตของกันเติมที่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเปิดให้บุคคลที่สนใจร่วมเข้าชมและอุดหนุนผลงานด้วย

ถึงอย่างนั้นโปรเจกต์นี้ก็ไม่ได้คิดขึ้นมาเพื่อการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเพียงอย่างเดียว แต่ยังมองไกลไปถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นหลังเหตุการณ์คลี่คลาย ซึ่งทีมงานได้วางแผนให้การจัดงาน BKKABF CO-OP ถูกจัดขึ้นควบคู่กันไปกับเทศกาล BKKABF ครั้งต่อ ๆ ไปในอนาคต เพราะอาจช่วยขยายฐานชุมชนของผู้ที่สนใจร่วมกันให้กว้างขวางมากขึ้น ที่สำคัญคืองานนี้ทำให้เราเห็นว่าการทำงานกิจกรรมยังก้าวต่อไปได้ หากเรารู้จักที่จะปรับตัวและวางแผนอย่างครอบคลุมเพียงพอ

ภาษาโควิด

เรื่อง : ณัฐชา ตะวันนาโชติ

หลังจากที่องค์การอนามัยโลก (WHO) ประกาศชื่ออย่างเป็นทางการสำหรับไข้หวัดโรคทางเดินหายใจที่เกิดจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ว่า “โควิด-19” (COVID-19) ในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2020 เพียง 34 วันหลังจากนั้น ชื่อโรค COVID-19 ก็ได้ถูกบรรจุอย่างเป็นทางการลงในพจนานุกรมภาษาอังกฤษฉบับออนไลน์ของ Merriam-Webster และตามมาด้วยพจนานุกรมออนไลน์ของ Oxford ในเดือนเมษายนที่ผ่านมา ซึ่งนับเป็นการบัญญัติคำใหม่ที่เร็วเป็นประวัติการณ์ของประวัติศาสตร์พจนานุกรม

นอกจากจะสร้างความเปลี่ยนแปลงในแทบทุกมิติของการใช้ชีวิตแล้ว การระบาดของโควิด-19 ยังสร้างความเปลี่ยนแปลงในแง่ของภาษาคำครั้งใหญ่ คำที่ในอดีตเคยไม่คุ้นหูอย่าง “การเว้นระยะห่างทางสังคม” (Social Distancing) “การกักตัว” (Quarantine) หรือ “การทำงานจากที่บ้าน” (Work from Home) กลายเป็นคำที่ถูกใช้กันอย่างแพร่หลาย และขึ้นแท่นเป็นคำพุดยอดฮิตติดปากของใครหลายคน

เมื่อคนเราต้องเผชิญกับเหตุการณ์อะไรร่วมกัน ก็มักจะมีการสร้างสรรค์คำใหม่ขึ้น เพื่อใช้อธิบาย



สถานการณ์และสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่เคยประสบพบเจอมาก่อน ซึ่งวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้คนในยุคโควิดก็นำมาสู่การเกิดขึ้นของคำแสลง (slang) ใหม่ ๆ ที่ถูกเอามาใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้คนท่ามกลางสถานการณ์นี้ด้วย เช่น

“Covidiot” คนที่ไม่สนใจและไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำด้านสาธารณสุข อย่างเช่นคนที่กักตุนหน้ากากอนามัยมากเกินไปที่จำเป็นจนทำให้ผู้ที่ต้องการจริง ๆ ไม่มีใช้ หรือคนที่ยังออกไปรวมตัวกันในที่สาธารณะทั้งที่ไม่มีเหตุอันควรทำให้เพิ่มความเสี่ยงในการติดต่อของโรคทั้งต่อตัวเองและคนรอบข้าง

“Doomscrolling” พฤติกรรมการเสพข่าวร้ายอย่างต่อเนื่องแม้ว่าข่าวเหล่านั้นจะทำให้หดหู่หรือเศร้าใจแค่ไหนก็ตาม

“Covideo Party” การสังสรรค์แบบเสมือนด้วยการดูภาพยนตร์ร่วมกัน ซึ่งเกิดจากไอเดียของนักแสดงตลกสาวชาวไอริช อลิสัน สปีตเทิล (Alison Spittle) ที่ให้คนในทวีตเตอร์ร่วมกันเลือกว่าจะดูหนัง Netflix เรื่องอะไร และให้ทุกคนเปิดดูพร้อม ๆ กัน ซึ่งขณะรับชมก็สามารถแสดงความคิดเห็นและพูดคุยกันผ่านทวีตเตอร์ เพื่อให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อนดูหนังอยู่ด้วยกันจริง ๆ

“Quarantini” ชื่อของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูตรเฉพาะที่แต่ละคนผสมดื่มเองที่บ้านในช่วงกักตัว

ธรรมชาติอย่างหนึ่งของภาษา คือการที่มัน “เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ” ไม่ว่าจะเป็นการเกิดคำใหม่ การที่ความหมายของคำเปลี่ยนไป การเปลี่ยนตัวสะกด หรือการเปลี่ยนวิธีออกเสียง เหตุการณ์โรคระบาดครั้งนี้ก็เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงธรรมชาติของภาษาในข้อนี้ได้อย่างชัดเจน

¹ COVID-19 มาจากคำย่อในภาษาอังกฤษของคำว่า “โคโรนาไวรัส” (Corona Virus) และคำว่า “โรค” (Disease) ส่วนเลข 19 หมายถึงปี 2019 ที่มีรายงานการแพร่ระบาดเป็นครั้งแรก

ที่มา : บทความ “From Covidiot to Doomscrolling: How Coronavirus Is Changing Our Language” โดย Arwa Mahdawi จาก theguardian.com / บทความ “How COVID-19 Led Merriam-Webster to Make Its Fastest Update Ever” โดย Stefan Fatsis จาก slate.com / บทความ “Oxford Dictionary Revised to Record Linguistic Impact of COVID-19” โดย Alison Flood จาก theguardian.com

หลากหลายแหล่งหนังสืออ่านฟรีสำหรับเด็ก ๆ ในช่วงล็อกดาวน์

เรื่อง : นพพร คนไว

เมื่อโรงเรียนทุกแห่งต่างหยุดการเรียนการสอนเด็กกว่า 1.5 พันล้านคนทั่วโลกไม่ได้ไปโรงเรียนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อพัฒนาการทางสมองและทักษะด้านต่าง ๆ จนเกิดเป็นคลาสออนไลน์สำหรับเด็ก ๆ จำนวนมาก ขณะเดียวกันสำนักพิมพ์และองค์กรอิสระหลายแห่งก็พร้อมใจกันปล่อยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์มของตัวเองเพื่อให้เยาวชนทั่วโลกได้อ่านกันฟรี ๆ

Worldreader องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่สนับสนุนการศึกษาสำหรับผู้ด้อยโอกาสในประเทศกำลังพัฒนาในหลายภูมิภาคทั่วโลก เช่น แอฟริกาตะวันออกและตะวันตก ละตินอเมริกา ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ จากเดิมที่เปิดให้เข้าถึงคลังหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายซึ่งสามารถอ่านได้บนแอปพลิเคชันมือถือและอี-รีดเดอร์ ก็ได้เพิ่มเนื้อหาหนังสือให้มากขึ้นเพื่อรับมือกับสถานการณ์โรคระบาด

หนังสือเล่มใหม่ ๆ ในรูปแบบของกราฟิกโนเวลและหนังสือภาพประกอบ ถูกเพิ่มเข้าไปเพื่อให้เยาวชนสามารถเข้าใจเรื่องโรคระบาดพร้อมคำแนะนำที่ถูกต้องในการดูแลตัวเอง การมองโลกอย่างมีเหตุผล และอีกทั้งยังเปิดแอปพลิเคชัน BookSmart ที่คัดสรรหนังสือกว่าพันเล่มให้เหมาะสำหรับเด็กในแต่ละช่วงอายุและภูมิภาค โดยมีทั้งภาษาอังกฤษ สเปน อารบิก และฮินดู เพื่อตอบคำถามมากมายที่พวกเขายังไม่เข้าใจเกี่ยวกับโควิด-19

นอกจากนี้ หน่วยงานยังตั้งเป้าหมายว่าจะขยายการเข้าถึงการศึกษาของเยาวชนให้มากขึ้นอย่างในอินเดียที่เด็กกว่า 250 ล้านคนได้รับผลกระทบด้านการศึกษารวมถึงร่วมมือกับหน่วยงานด้านการศึกษาและโทรคมนาคมส่งข้อความผ่าน WhatsApp และ SMS เพื่อแนะนำให้ประชาชนเข้าถึงคลังหนังสือที่สามารถนำไปสอนบุตรหลานของตนได้

ขณะที่ “My Hero Is You” คือหนังสือนิทานโดยเฮเลน พาตัก (Helen Patuck) เล่าเรื่องเกี่ยวกับเด็กหญิงชาวราฟาที่ไม่สามารถไปโรงเรียนและเจอกับเพื่อน ๆ ได้เหมือนเคยจากการระบาดของ



โควิดไวรัส และเพราะความเศร้าทำให้เธออยากมีพลังวิเศษที่จะช่วยให้เด็กทุกคนบนโลกได้รู้ถึงการป้องกันตัวเองและช่วยเหลือผู้อื่น ทันใดนั้นมังกรวิเศษก็ปรากฏกายและพาเธอไปหาเด็ก ๆ ทั่วโลกเพื่อช่วยเหลือพวกเขา พร้อมสอดแทรกความรู้เรื่องโควิด-19 ตลอดเล่ม

โปรเจกต์นี้ได้รับการสนับสนุนจากหลายองค์กร เช่น องค์การอนามัยโลก (WHO), UNICEF และ Save the Children ซึ่งกว่าจะมาเป็นหนังสือเล่มนี้ ผู้แต่งต้องสำรวจเด็ก ๆ ผู้ปกครอง และครูกว่า 1,700 คน ใน 104 ประเทศ เพื่อสร้างเรื่องราวจากคำถามและความกังวลของเยาวชนเกี่ยวกับการระบาดของไวรัส โดยผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดได้ฟรี หนังสือแปลเป็นหลายภาษาและมีเป้าหมายให้เด็ก ๆ วัย 6-11 ปีได้เรียนรู้เกี่ยวกับการระบาดอย่างเข้าใจและเหมาะสม

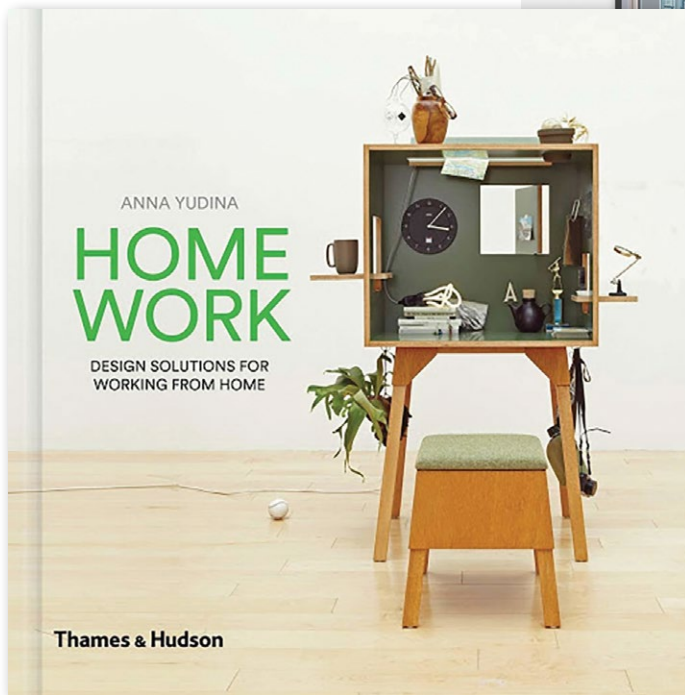
นอกจากนี้ยังมีร้านหนังสือออนไลน์หลายแห่งที่พากันปล่อยหนังสือให้ได้อ่านกันโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายทั้ง Epic! คลังหนังสือดิจิทัลซึ่งมีหนังสือกว่า 40,000 เล่ม ซึ่งเปิดให้อ่านฟรีถึงวันที่ 30 มิถุนายนนี้ รวมถึง TK Park ที่เปิดให้อ่านอีบุ๊กกว่า 12,000 เล่ม รวมทั้งหนังสือเสียงและคอร์สออนไลน์ที่สามารถเข้าไปอ่านได้ในแอปฯ TK Online

แหล่งความรู้ออนไลน์เหล่านี้นอกจากจะช่วยให้เด็ก ๆ ได้เรียนรู้โดยไม่ต้องออกจากบ้านแล้วก็ยังช่วยให้สมาชิกในครอบครัวได้มีกิจกรรมทำร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ด้วย

ที่มา : บทความ “A 7-year-old’s guide to stay-at-home life during COVID-19” โดย Meg Coyle จาก blog.aboutamazon.com / บทความ “Answering Kids’ Questions About the Coronavirus, in Free Picture Books” โดย Alexandra Alter จาก nytimes.com / บทความ “My Hero Is You, Storybook for Children on COVID-19” โดย Helen Patuck / บทความ “อ่านฟรี! TK Park เลิฟอีบุ๊ก 16,000 เล่ม ในช่วงโควิด-19 ระบด” จาก สยามรัฐออนไลน์

Creative Resource : วัตถุดิบทางความคิด

เรื่อง : พณนิดา มิตระกัฏี, ภัทราพร ดุลมะดัน และ ชนกมาศ ไพศรี

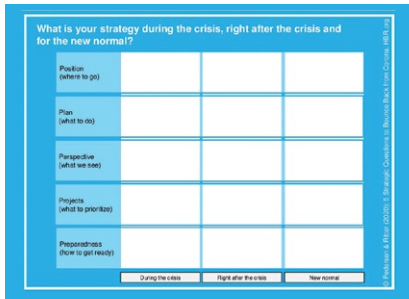


FEATURED BOOK

Home Work: Design Solutions for Working from Home

โดย Anna Yudina

สำหรับหลาย ๆ คน การทำงานที่บ้าน (Work from home) อาจเป็นสิ่งใหม่และจำเป็นต้องทำในช่วงการระบาดของโควิด-19 แต่สำหรับบางคน การทำงานจากที่บ้านหรือร้านกาแฟนั้นคือเรื่องปกติ จากรายงานผลการสำรวจ Global Workspace Survey ของ IWG (International Workplace Group) ในปี 2009 พบว่า งานที่มีความยืดหยุ่น เช่น เวลา สถานที่ ฯลฯ กลายเป็นปัจจัยหลักที่คนทำงานนำมาพิจารณาตัดสินใจเลือกตำแหน่งงานหรือเปลี่ยนงาน โดยเฉพาะในกลุ่มมิลเลนเนียล วิธีการทำงานในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามา ไม่ว่าจะเป็นบริการคลาวด์ โปรแกรมที่ใช้สำหรับสื่อสารหรือจัดการประชุมออนไลน์ หนังสือเล่มนี้รวบรวมโซลูชันที่หลากหลายของนักออกแบบและสถาปนิกที่ใช้จัดการกับความท้าทายในการออกแบบพื้นที่เพื่อรองรับการทำงานที่บ้าน ตั้งแต่เฟอร์นิเจอร์ที่ปรับเปลี่ยนได้สำหรับพาร์ทเมนต์ขนาดเล็ก ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ที่ส่งผลต่อโครงสร้าง เช่น การแบ่งพื้นที่ในแนวราบ หรือการจัดพื้นที่แนวตั้งให้สอดคล้องกับการทำงานและการใช้ชีวิต รวมถึงนำเสนอเครื่องมือและกลยุทธ์ที่นักออกแบบใช้ในงานแต่ละชิ้น อย่างไรก็ตาม การออกแบบที่ประสบความสำเร็จล้วนเกิดจากการผสมผสานวิถีการดำเนินชีวิตกับนิสัยการทำงานของผู้ใช้งาน ซึ่งถูกแปลงออกมาเป็นสถานที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่ทำงานรวมอยู่ในสัดส่วนที่ลงตัว ทั้งขนาด เสถียรภาพ หรือความยืดหยุ่น และระดับของการเชื่อมต่อหรือการแยกตัวของพื้นที่ออกจากกัน



ARTICLE

Preparing Your Business for a Post-Pandemic World

โดย Carsten Lund Pedersen และ Thomas Ritter

เจ้าของธุรกิจทั่วโลกกำลังเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ เพื่อเป็นการเตรียมรับมือกับธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน และเตรียมฟื้นตัวหลังการแพร่ระบาด แผนกลยุทธ์ 5Ps ได้แก่ Position (ความเข้าใจสถานะของธุรกิจว่ามีบทบาทหน้าที่อะไร เป็นใครในตลาด ใครคือคู่แข่ง) Plan (แผนที่จะกลับมาฟื้นตัวธุรกิจ ที่ต้องคิดให้กว้าง คิดให้ลึก และมองให้ไกล) Perspective (เป้าหมายทิศทางของธุรกิจที่ชัดเจนเพื่อให้ผ่านสถานการณ์นี้ไปได้) Projects (โครงการใหม่ที่เตรียมจะทำเพื่อแก้ปัญหาผลกระทบจากการแพร่ระบาด) และ Preparedness (การประเมินความพร้อมของธุรกิจว่าสามารถดำเนินการตามแผนและโครงการที่วางไว้ได้หรือไม่) โดย Henry Mintzberg ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการนี้จะช่วยให้มองเห็นภาพรวมของธุรกิจทั้งในปัจจุบัน หลังการแพร่ระบาด และช่วงฟื้นตัวของธุรกิจ เพื่อนำมาต่อยอดและพัฒนาให้ฝ่าวิกฤติครั้งนี้ไปได้

BOOK

REMOTE: Office Not Required

โดย David Heinemeier Hansson และ Jason Fried

จะเป็นอย่างไรถ้าการทำงานในออฟฟิศไม่ใช่เรื่องสำคัญอีกต่อไป เมื่อคำว่า "Work from Home" ได้เข้ามาแทนที่ และอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากกว่าที่คาดคิด หนังสือเล่มนี้ได้พูดถึงการสร้างธุรกิจโดยไม่จำเป็นต้องมีออฟฟิศ ข้อดีมากมายจากการทำงานนอกสำนักงาน โดยการนำอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าในปัจจุบันมาปรับใช้ให้มากขึ้น ทั้งการสื่อสารภายในองค์กร หรือวิธีการทำงานร่วมกันในรูปแบบออนไลน์ อีกทั้งยังพูดถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นหรือข้อควรระวังต่าง ๆ จากการทำงานทางไกล และการสร้างความเข้าใจระหว่างเจ้านายและลูกน้อง เพื่อให้การทำงานประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น



DATABASE

WGSN // China: Post-Coronavirus Road to Recovery

โดย Athena Chen

การฟื้นตัวของประเทศจีนหลังการแพร่ระบาดร้านค้าและร้านอาหารต่าง ๆ กลับมาเปิดสู่ภาวะปกติและเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคชาวจีนจึงได้มีการออกมาตรการรักษาความสะอาดทั้งการฆ่าเชื้อโรค และการจำกัดจำนวนผู้ซื้อไว้เพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด พร้อมกับที่ธุรกิจและแบรนด์ต่างก็เร่งจัดกิจกรรมและออกแคมเปญต่าง ๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์มาเพื่อเชิญชวนให้ประชาชนออกจากบ้านมาจับจ่ายใช้สอย โดยหลังการกักตัวอยู่บ้านเป็นระยะเวลานาน ผู้บริโภคชาวจีนก็มีพฤติกรรมที่เรียกว่า "Revenge Spending" หรือการใช้จ่ายเพื่อแก้แค้น ด้วยการออกไปห้างสรรพสินค้าเพื่อช้อปปิ้งสินค้าแบรนด์เนมหรูหราและใช้จ่ายแบบไม่อัน สวนทางกับทางฝั่งยุโรปซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าแบรนด์เนมที่กำลังเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างรุนแรง ทำให้ต้องจับตาดูว่าจะสามารถกลับมาฟื้นคืนระบบเศรษฐกิจได้อีกครั้งเมื่อใด



DATABASE

WGSN // Coronavirus: Global Change Accelerations

โดย Petah Marian

ปัจจัยใดที่จะทำให้โลกเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว โควิด-19 อาจเป็นหนึ่งในตัวเร่งที่ส่งผลให้ทุกคนต้องใช้ชีวิตอยู่บ้าน นักเรียนนักศึกษาต้องเรียนผ่านระบบออนไลน์ และพนักงานออฟฟิศเปลี่ยนมาทำงานที่บ้าน บทความนี้กล่าวถึงความกังวลและทัศนคติที่เปลี่ยนไปของคนทั่วโลกต่อการใช้ชีวิตในอนาคต ความคาดหวังต่อการใช้จ่ายในแต่ละครั้ง รวมถึงยังยกตัวอย่างกลยุทธ์ของแบรนด์ต่าง ๆ ที่ออกมาเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้จากสถานการณ์ที่ผู้คนไม่สามารถออกมาใช้บริการได้อย่างอิสระ อาทิ Apple และ Starbucks ซึ่งไม่เพียงต้องรับมือกับข้อจำกัดของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังต้องใส่ใจไปถึงเหล่าพนักงานของตัวเองด้วย



ฆ่าเชื้อได้ปลอดภัย

ด้วยนวัตกรรม UV-C รูปแบบใหม่

เรื่อง : มนต์นา ลัคนพรวงค์

แม้จะยังตอบไม่ได้ว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่จะสิ้นสุดลงเมื่อไร หรือนานาตหลังโรคภัยผ่านพ้นไปแล้วจะเป็นแบบไหน แต่มนุษย์ก็ได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดต่อสถานการณ์เช่นนี้ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือกับโควิด-19

เนื่องจากเชื้อไวรัสชนิดนี้แพร่กระจายผ่านการสัมผัสร่วมกันได้อย่างรวดเร็ว และสามารถซ่อนตัวอยู่ในร่างกายมนุษย์ได้นานกว่าสองสัปดาห์ก่อนแสดงอาการ ทำให้การใช้รังสีฉายเพื่อกำจัดเชื้อโรค (Ultraviolet Germicidal Irradiation หรือ UVGi) ได้รับความนิยมขึ้นอย่างรวดเร็ว รังสีอัลตราไวโอเลต (UV) เป็นพลังงานคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าในช่วงความยาวคลื่นต่ำกว่าที่ตามองเห็นซึ่งแผ่จากดวงอาทิตย์มายังโลก ประกอบไปด้วยคลื่น UV-A UV-B และ UV-C โดยปกติแล้วคลื่นทั้ง 3 ชนิดนั้นล้วนเป็นอันตรายต่อมนุษย์อย่างรุนแรง โดยเฉพาะ “UV-C” ที่แม้จะไม่สามารถทะลุผ่านชั้นบรรยากาศที่มีโอโซนเข้ามายังโลกได้ แต่ก็มีพลังงานในการทำลายสิ่งมีชีวิตมากที่สุด โดยเฉพาะเชื้อไวรัสและแบคทีเรีย จึงนิยมนำมาประยุกต์ใช้สำหรับฆ่าเชื้อภายในโรงพยาบาล เครื่องมือทางการแพทย์ ศูนย์ทำความสะอาดรถโดยสารสาธารณะ รวมไปถึงอุปกรณ์ฆ่าเชื้อส่วนบุคคล เช่น กล่องอบฆ่าเชื้อโทรศัพท์มือถือ หรือกระบอกน้ำที่มีหลอดยูวีสำหรับฆ่าเชื้อภายในตัว

จากงานวิจัยของบริษัท Seoul Viosys ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี LED จากเกาหลี ยืนยันว่า ในสภาวะที่ทดสอบ UV-C แบบหลอด LED สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (SARS-CoV-2) หรือโควิด-19 ได้ถึง 99.9% ซึ่ง UV-C ในช่วงความยาวคลื่นประมาณ 200-280 นาโนเมตร ที่นิยมนำมาใช้งานทั่วไปในปัจจุบันนั้น แม้จะกำจัดเชื้อโรคได้จริง แต่ยังมีข้อจำกัดในการใช้งานที่เป็นอันตราย หากมีการสัมผัสกับแสงโดยตรง โดยเฉพาะดวงตาและผิวหนัง ทำให้ยังต้องใช้งานภายในระบบปิดเท่านั้น



ตัดแปลงภาพจาก rawpixel.com/ Kappy Kappy

ล่าสุดบริษัท Ushio Inc. และทีมนักวิจัยจาก Kobe University ยังได้ร่วมมือกันวิจัยและแสดงให้เห็นเป็นครั้งแรกของโลกว่า การใช้งาน UV-C ที่ความยาวคลื่น 222 นาโนเมตร หรือที่รู้จักกันว่า Far-UVC Light สามารถฆ่าเชื้อไวรัสและแบคทีเรียได้มีประสิทธิภาพเท่ากับ UV-C แบบดั้งเดิม แต่เพิ่มเติมคือความปลอดภัยต่อผิวหนังและดวงตาของมนุษย์มากขึ้น ประกอบกับผลการศึกษานี้ของ ดร. เดวิด เบรนนอร์ (Dr. David Brenner) แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย และปาร์กซังจิน (Park Sung-Jin) จาก Eden Park Illumination Inc. ที่ศึกษาถึงการใช้งาน UV-C ที่ความยาวคลื่น 207-222 นาโนเมตรสำหรับการใช้ในการฆ่าตัด พบว่าช่วยลดการติดเชื้อบริเวณแผลผ่าตัดและลดการฟุ้งกระจายของเชื้อวัณโรคและไข้หวัดใหญ่ได้เช่นกัน

ในอนาคตเราจึงอาจได้เห็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการฆ่าเชื้อที่ปลอดภัยต่อมนุษย์เหล่านี้ร่วมกับการออกแบบเพิ่มเติมเพื่อใช้ในพื้นที่สาธารณะทั้งในและนอกอาคารเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อโรคได้ เช่น การใช้งานหุ่นยนต์ทำความสะอาดตามพื้นที่ต่าง ๆ ของอาคาร การฆ่าเชื้อในห้องน้ำแบบอัตโนมัติ หรือการฆ่าเชื้อในบริเวณที่ผู้คนพลุกพล่าน รวมไปถึงอุปกรณ์ฆ่าเชื้อแบบพกพาที่ใช้งานได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นอ่านจบแล้ว ก็ควรศึกษารายละเอียดให้เข้าใจก่อนตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ฆ่าเชื้อด้วยแสง UV-C มาใช้กัน เพื่อความสะอาดที่ปลอดภัยและสบายใจของผู้ใช้เอง **[CT]**

ที่มา : อินโฟกราฟิก “รู้...รู้ไวรัส COVID-19 ตอน รังสียูวีซี (UV-C) กำจัดเชื้อไวรัส COVID-19 ได้ถ้าใช้ให้ถูกวิธี” จาก สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ บทความ “Ultraviolet-LED Maker Demonstrates 30-Second Coronavirus Kill” โดย Samuel K. Moore จาก IEEE SPECTRUM, รายงานวิจัย “Repetitive irradiation with 222nm UVC shown to be non-carcinogenic and safe for sterilizing human skin” โดย Professor NISHIGORI Chikako และคณะ จาก KOBE UNIVERSITY และ รายงานวิจัย “Monochromatic 222 nm UV light: Development of a safe, cost-effective technology for the efficient reduction of bacterial and viral infection and transmission” โดย Park, Sung-Jin และ Brenner, David Jonathan จาก Eden Park Illumination, Inc.

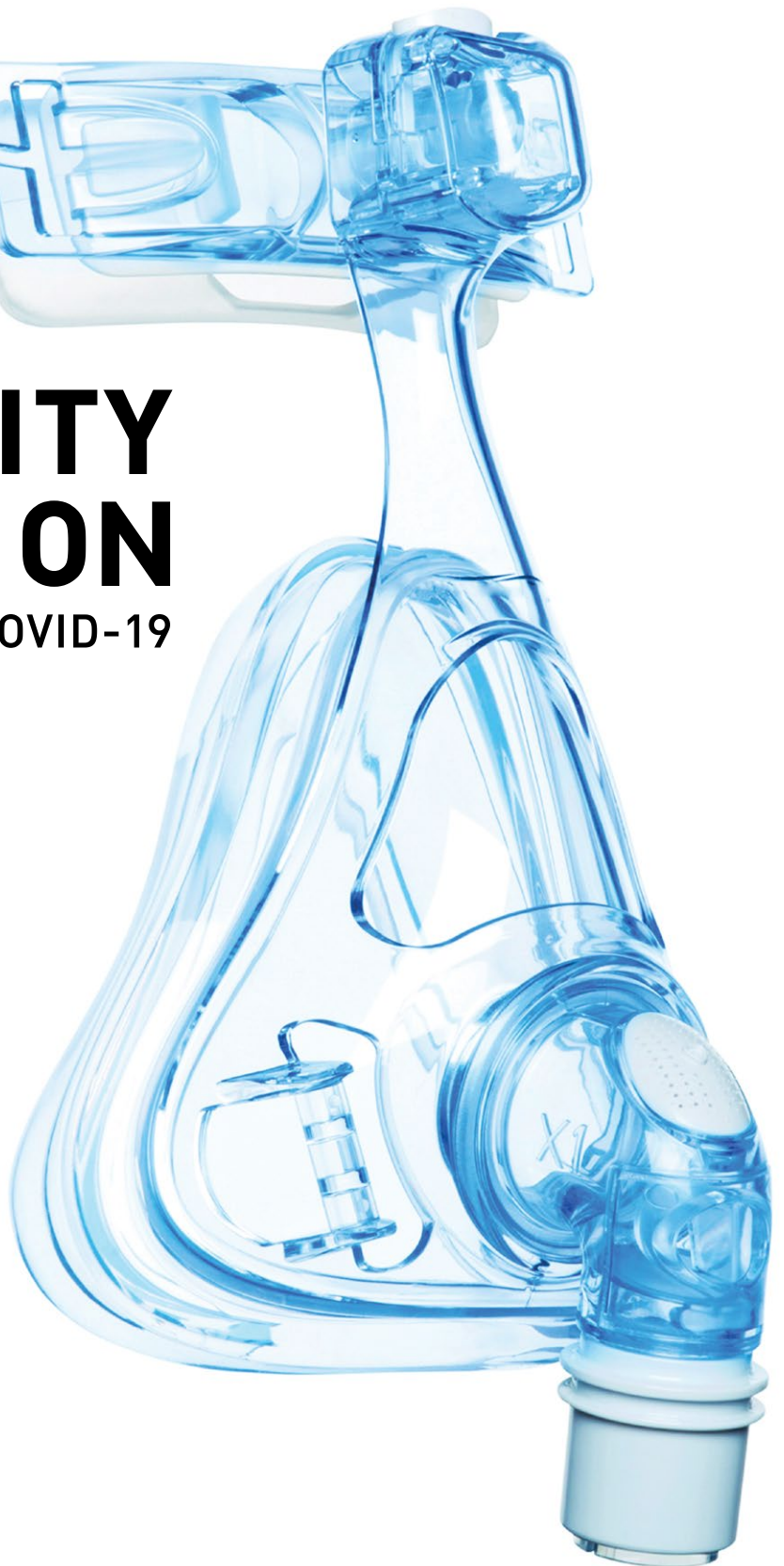
CREATIVITY MUST GO ON

เมื่อความคิดสร้างสรรค์สู้ COVID-19

เรื่อง : มนทิณี ยงวิกุล

ในระหว่างที่รอให้รัฐบาลทั่วโลกมีชัยชนะจากการต่อสู้กับโควิด-19 ด้วยมาตรการปิดเมืองเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ และการหยุดเศรษฐกิจด้วยเบ็ดเงินมหาศาล “ความคิดสร้างสรรค์” ในหลากหลายรูปแบบยังคงทำหน้าที่อย่างแข็งขัน และไม่เพียงเป็นเครื่องมือสำคัญในการรับมือกับสถานการณ์เฉพาะหน้า แต่ยังมีส่วนช่วยให้ธุรกิจปรับตัวเดินหน้าไปสู่อนาคต

ในช่วงเวลาที่การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ โควิด-19 ยังคงดำเนินไป มาตรการปิดเมือง (Lockdown) ทำให้ธุรกิจที่ต้องอาศัยพื้นที่การขายหรือการให้บริการต้องหยุดชะงัก ธุรกิจออนไลน์จึงก้าวมาเป็นความหวัง แต่สำหรับบางธุรกิจที่ไม่อาจย้ายทุกอย่างสู่อี-คอมเมิร์ซ ความคิดสร้างสรรค์ในการนำจุดแข็งของธุรกิจที่มีมาทำให้เกิดผลตอบรับที่ดีในระยะยาวจึงปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่อง





หนึ่งสัปดาห์แห่งการช่วยชีวิต

การพบกันของทีมวิศวกรจากมหาวิทยาลัยลอนดอน คอลเลจ (University College London) ทีมแพทย์จากโรงพยาบาลแพทย์ UCLH (University College London Hospitals) และทีมเมอร์ซิเดส ฟอร์มูลารันที่ทำงานแข่งกับความเร็ว ได้กลายเป็นส่วนผสมที่ลงตัว เมื่อผู้ป่วยโควิด-19 ที่มีอาการหนักต้องได้รับออกซิเจนจำนวนมากมีโอกาสดำเนินชีวิต เครื่องช่วยหายใจที่ถูกพัฒนาขึ้นภายในหนึ่งสัปดาห์ เพื่อเป็นต้นแบบในการผลิตให้ได้จำนวนมากตามความต้องการของหน่วยบริการสุขภาพแห่งชาติอังกฤษ (British National Health Service) ที่ต้องการถึง 10,000 เครื่อง

เครื่องช่วยหายใจชนิดแรงดันบวกต่อเนื่อง CPAP (Continuous Positive Airway Pressure) เป็นเครื่องช่วยหายใจแบบหน้ากากครอบปากและจมูกสำหรับผู้ป่วยหรือผู้ที่มีปัญหาในการนอน เพื่อให้ได้รับออกซิเจนเพียงพอโดยไม่ต้องสอดท่อเข้าไปในร่างกายของคนไข้ ซึ่งมีจำนวนจำกัดเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ป่วยในสหราชอาณาจักรที่มีจำนวนมาก

ศาสตราจารย์รีเบกกา ชิปลีย์ (Rebecca Shipley) ผู้อำนวยการสถาบันวิศวกรรมการแพทย์ยูซีแอล (UCL Institute of Healthcare Engineering) กล่าวว่า โดยปกติแล้ว การพัฒนาอุปกรณ์ทางการแพทย์ต้องใช้เวลาเป็นปี แต่ครั้งนี้เราสามารถทำได้ในระดับสัปดาห์ ด้วยการหันกลับไปที่เทคนิคพื้นฐานของการย้อนรอยทางวิศวกรรม (Reverse Engineer) ว่าระบบเครื่องช่วยหายใจทำงานอย่างไร แล้วนำมาออกแบบและประยุกต์เพื่อให้ผลิตได้อย่างรวดเร็วและผลิตได้จำนวนมาก แอนดี โควเวลล์ (Andy Cowell) ผู้บริหารของ Mercedes AMG High Performance Powertrains หน่วยงานสำหรับการพัฒนาทีมฟอร์มูลารันที่รับผิดชอบตั้งแต่แนวคิด เครื่องยนต์ และการแข่งขันกล่าวว่า "ทีมทำงานได้อย่างดีในการใช้ทรัพยากรและความรู้ในการผลิต CPAP ที่ได้มาตรฐานสูงสุดภายในระยะเวลาที่เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้"

MHRA (Medicines and Healthcare Products Regulatory Agency) องค์การกำกับผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์ ได้อนุมัติการใช้งานเครื่องต้นแบบจำนวน 40 เครื่อง ที่จะถูกส่งไปยัง

โรงพยาบาล 4 แห่งในลอนดอน ซึ่งถ้าหากการทดลองใช้เครื่องช่วยหายใจดังกล่าวนี้เป็นไปด้วยดี โรงงานของเมอร์ซิเดสก็จะเร่งการผลิตให้ได้ถึง 1,000 ชิ้นต่อวัน พร้อมกับเปิดให้ดาวนโหลดไปใช้ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้ระบบการดูแลผู้ป่วยทั่วโลกทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทีมฟอร์มูลารันของเมอร์ซิเดส เป็นหนึ่งในอีกหลายโรงงานผู้ผลิตที่เปลี่ยนศักยภาพของโรงงานที่มีอยู่มาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง "คุณค่าใหม่" ท่ามกลางวิกฤตการณ์ ก่อนหน้านั้น วงการแพทย์ได้พลิกภาพลักษณ์ของไข้ที่ฟุ้งเฟ้อหรือหุหุระเกินจำเป็นในยามนี้ ให้กลายเป็นของจำเป็นของผู้คนทั่วไป เครือ LVMH กลุ่มผู้ผลิตสินค้าแบรนด์เนมระดับโลก ได้เปลี่ยนอุปกรณ์และวัตถุดิบในโรงงานผลิตน้ำหอมให้เป็นอุปกรณ์ทำความสะอาด ปรับทักษะการตัดเย็บชั้นสูงไปผลิตถุงมือและเสื้อกาวน์สำหรับบุคลากรทางการแพทย์ ติดตามมาด้วยอีกหลายแบรนด์แฟชั่น รวมถึงโรงงานผลิตชุดชั้นในในประเทศไทยที่แม้ว่ายอดขายจะลดลง แต่คุณค่าของแบรนด์ที่สร้างความรู้สึกดีให้กับผู้บริโภคกำลังจะเพิ่มขึ้น

สาวกสุขภาพนักงาน

สำหรับธุรกิจสายการบินที่แทบจะจอดสนิทในช่วงโควิด-19 การปรับพนักงานออกอาจจะเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่สำหรับสิงคโปร์แอร์ไลน์ พนักงานคือหัวใจของงานบริการที่ไม่อาจละทิ้งไปได้ สายการบินจึงเลือกที่จะปรับเปลี่ยนการทำงานโดยความสมัครใจของพนักงานบนเครื่องบิน ซึ่งเป็นที่รู้กันดีว่า พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินนั้นถูกฝึกมาให้ตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลความปลอดภัยของผู้โดยสารมาก่อนเป็นอันดับแรก ให้กลายมาเป็น "Care Ambassador" หรือ "ทูตผู้ดูแล" จำนวน 300 คน เพื่อทำงานให้แก่โรงพยาบาลทั่วประเทศ สิงคโปร์ เป็นระยะเวลา 3 เดือน นอกจากนี้ พนักงานเหล่านี้ยังสามารถเลือกที่จะทำงานนี้เพิ่มต่อไปอีก 3 เดือนได้

Care Ambassador จะทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทั่วไปภายในโรงพยาบาล และดูแลผู้ป่วย

ที่ไม่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญทางการแพทย์ รวมถึงไม่ได้เกี่ยวข้องกับการรักษาโรคโควิด-19 เช่น การช่วยพาผู้ป่วยไปห้องน้ำ การให้บริการอาหาร การรับข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ป่วยและครอบครัว รวมถึงการจัดการด้านการเข้าเยี่ยมที่เป็นระบบ เพื่อลดงานของเหล่านางพยาบาลตัวจริงให้มีเวลาไปดูแลผู้ป่วยโควิดมากขึ้น โดยพนักงานทุกคนจะต้องผ่านการฝึกความพร้อมในด้านต่าง ๆ จากทางโรงพยาบาลก่อน และจะต้องมีการวัดไข้ก่อนเข้าปฏิบัติงานสองครั้งต่อวัน อีกทั้งทางโรงพยาบาลก็จะมีการฉีดวัคซีนที่ช่วยป้องกันโรคติดต่อต่าง ๆ ให้อีกด้วย เพื่อความปลอดภัยของพนักงาน

แต่สำหรับบางธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยพนักงานที่เชี่ยวชาญอย่างสายการบิน อย่างเช่น McDonald's ในประเทศเยอรมนีที่มีสาขาเปิดดำเนินการถึง 1,500 แห่ง ก็สามารถลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับพนักงานได้เช่นกัน โดย

แบรนด์ได้จับมือกับ Aldi Süd and Aldi Nord ซูเปอร์มาร์เก็ตธุรกิจครอบครัวที่แยกตัวออกจากกันของเยอรมัน และมีจำนวนร้านค้ากว่า 10,000 แห่ง ใน 20 ประเทศ ในการย้ายพนักงานของ McDonald's ไปทำงานที่สาขาของร้านค้าทั้งสองแบรนด์แทน เพื่อช่วยเหลือพนักงานที่กำลังเผชิญกับความท้าทายของอุปสงค์อุปทานจำนวนมากจากช่วงกักตัวอยู่บ้านของประชาชน

แม้ว่าการโยกย้ายงานตามอุปสงค์และอุปทานจะเป็นเรื่องปกติตามกลไกตลาด แต่ในช่วงโควิด-19 เช่นนี้ การตลาดต่างให้คำแนะนำว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเชื่อมโยงกับความมั่นคงของแบรนด์ที่มีต่อสังคม ยิ่งถ้าบริษัทใดยังสามารถรับมือกับสถานการณ์ได้โดยไม่มีผลกระทบต่อพนักงาน ผู้บริโภคจะมองบริษัทนั้นว่ามีความมั่นคง ซึ่งจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นต่อแบรนด์นั้น ๆ





เจาะตลาดบนความช่วยเหลือ

จากรายงานการสำรวจของ Video Advertising Bureau (VAB) ในสหรัฐอเมริกา พบว่า นอกจากจะมีผู้ชมวัยรุ่นหันกลับมาชมรายการต่าง ๆ ทางโทรทัศน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในช่วงการการล็อกดาวน์แล้ว ในการรับชมข่าวสารทางทีวี ยังพบว่าร้อยละ 56 ของผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจที่แบรนด์ต่าง ๆ ออกมาแสดงความช่วยเหลือต่อสถานการณ์โรคระบาด ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคสินค้าหรือให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคผ่านบริการพิเศษเพื่อรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้า เช่น บริการรับสินค้าจากหน้าร้านแบบไร้สัมผัส หรือโปรแกรมช่วยยืดระยะเวลาผ่อนชำระสินค้าและบริการ ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่ธุรกิจที่มีจุดขายในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะได้รับการตอบรับที่ดี และเป็นการปูทางไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ภายในประเทศที่ผ่านสงครามโควิด-19 มาด้วยกัน

“ตุ๊ก ตุ๊ก เอ็กซ์” เป็นบริการใหม่ของ สมายลิง ตุ๊ก ตุ๊ก ที่เกิดขึ้นเพื่อรับมือกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจนแทบจะเป็นศูนย์ โดยเริ่มจากการขายต้นไม้ออนไลน์ แล้วให้รถสามล้อในเครือข่ายมาจัดส่งต้นไม้ให้ลูกค้า ก่อนที่จะมองเห็นช่องทางในการเปลี่ยนรถสามล้อสำหรับพานักท่องเที่ยวไปตระเวนชมของอร่อยทั่วกรุงเทพฯ มาเป็นรถสำหรับส่งของ ภายใต้สโลแกน #ส่งได้ทุกย่างในปฐพี โดยมาพร้อมกับระบบการจองผ่านเฟซบุ๊กที่สะดวกสบาย มีแอดมินเพจช่วยคำนวณค่าส่งและตอบคำถาม อีกทั้งยังใช้ข้อดีของรถสามล้อที่สามารถบรรทุกของได้มาก จึงกำหนดราคาเริ่มต้นตามระยะทางที่ 180 บาทแบบไม่เกี่ยงน้ำหนักหากสามารถบรรจุเข้าไปในรถได้

จากจุดเริ่มต้นในการสร้างรายได้ให้บริษัทได้ขยายไปสู่การเป็นแพลตฟอร์มในการช่วยเหลือเครือข่ายรถสามล้อที่ขาดรายได้ให้สมัครเข้ามาเป็นผู้ส่งของ จนขยายไปสู่การช่วยเหลือชาวสวนทุเรียนในการส่งขายสินค้าและผู้ประกอบการอื่น ๆ ทำให้บริษัทเริ่มมีการขยายฐานลูกค้ามากขึ้น ประสพการณ์จากการปรับตัวนี้ อาจจะเป็นโอกาสในการแตกไลน์เป็นบริษัทขนส่ง เพื่อรองรับพฤติกรรมออนไลน์ที่ยังคงบูมต่อเนื่องในช่วงหลังจากโควิด-19

4D เพื่อการทำความเข้าใจอนาคต

ผลจากโควิด-19 กำลังส่งผลให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ที่นักกลยุทธ์มองว่าจะต่อเนื่องไปจนถึงหลังโควิด ซึ่งเรียกว่า 4D ที่ประกอบด้วย

Digital : นับจากนี้ไปดิจิทัลจะกลายเป็นความสำคัญหลักในการดำรงชีวิต หรือเรียกได้ว่า Digital is a Life. ไม่ใช่แค่เด็กรุ่นใหม่เท่านั้นที่จะรู้สึกคุ้นเคยกับเทคโนโลยี แต่ทุกคนในครอบครัวจะสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีมากขึ้น และสิ่งนี้จะขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรม สินค้า และบริการใหม่ ๆ เกี่ยวกับดิจิทัลอีกเป็นจำนวนมากจากทั้งบริษัทขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ขณะที่ธุรกิจเองก็จำเป็นต้องปรับตัว โดยเฉพาะการขับเคลื่อนไปสู่ Digital Transformation ของภาคธุรกิจที่จะเกิดขึ้นและจับต้องได้อย่างเป็นรูปธรรมรวดเร็วยิ่งขึ้น

Distant : การรักษาระยะห่างของผู้คนจะยังคงดำเนินต่อไป โดยไม่ใช่เพียงแค่ในมิติของกายภาพเท่านั้น แต่รวมไปถึงเรื่องของจิตใจด้วยความไวเนื้อเชื้อใจกันที่เคยแสดงออกมาผ่านการสัมผัส (Human Touch) จะน้อยลง คนเลือกที่จะไม่สัมผัสกันโดยไม่จำเป็น เพราะติดพฤติกรรม การรักษาระยะห่างในช่วงการเฝ้าระวังโควิด-19 ทำให้วัฒนธรรมในการทักทายของผู้คน โดยเฉพาะหลาย ๆ ชาติในตะวันตกที่เคยจับมือสัมผัสตัวกันจะเปลี่ยนแปลงไป

Discrimination : การแบ่งฝักฝ่ายเลือกปฏิบัติอาจจะไม่ใช่เรื่องผิด ด้วยเหตุผลทางด้านความปลอดภัย หรือการคำนึงถึงสุขอนามัยของผู้คน ทำให้การเลือกพรรคเลือกพวก กลายเป็นสิ่งที่พึงกระทำได้มากขึ้น เพราะโลกยังมีร่องรอยของความหวาดระแวงและความหวาดกลัวหลงเหลืออยู่ ส่งผลให้กฎเกณฑ์การข้ามเขต ข้ามแดน ทั้งสินค้าหรือผู้คนเป็นไปได้อย่างเข้มข้นกว่าเดิม ไม่ต่างกับหลังเหตุการณ์ 911 ที่การรักษาความปลอดภัยทางการบินถูกยกระดับให้เข้มข้นขึ้น แต่วิกฤตครั้งนี้อาจส่งผลมาถึงเรื่องของสินค้าที่ต้องดูไปถึง Country of Origin หรือประเทศต้นทาง ที่บางประเทศอาจเลือกไม่รับสินค้าจากบางแห่งโดยไม่ถูกโจมตีว่ากีดกันทางการค้า หรือเลือกปฏิเสธคนบางกลุ่ม บางเชื้อชาติ โดยไม่ถูกครหาว่าเป็นการเหยียดเชื้อชาติ

Domestic : การหันมาพึ่งพากันเองภายในประเทศมากขึ้นจะเป็นทางออกสำคัญของโลกยุคหลังโควิด-19 ทั้งในแง่ของการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ (Domestic Consumption) หรือแม้แต่การมีทัศนคติหรือความเชื่อบางอย่างที่เปลี่ยนแปลงไป คนที่เคยส่งลูกไปเรียนต่างประเทศ อาจมองทางเลือกการศึกษาต่อในประเทศมากขึ้น ขณะที่ธุรกิจจะพยายามสร้างรายได้จากตลาดในประเทศ เนื่องจากมาตรการเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศที่อาจมีการยกระดับความเข้มข้นทั้งเรื่องมาตรฐาน และการปกป้องตลาดการค้าภายใน ตลอดจนเพื่อระมัดระวังความปลอดภัยต่าง ๆ

ที่มา : บทความ "New Normal โลกยุค Post Covid-19" (17 เมษายน 2563) โดย รศ.ดร.วิเลิศ ภูริวัชร | คอลัมน์ THINK MARKETING IS ALL AROUND จาก bangkokbiznews.com





ปรับตัวสู่อนาคต

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จะเริ่มดีขึ้นในบางพื้นที่ และมีบางกิจการที่เริ่มได้รับอนุญาตให้เปิดดำเนินการได้อีกครั้ง แต่ตราบไคที่ยังไม่มีวัคซีนในการป้องกันและการรักษา การรักษาระยะห่างทางสังคมเพื่อลดการแพร่ระบาดและสร้างความเชื่อมั่นในการบริโภคจึงยังคงต้องดำเนินไป

โรงงานผลิตรถยนต์ Volkswagen ที่โวล์ฟสเบิร์ก (Wolfsburg) ประเทศเยอรมนี เปิดให้พนักงาน 8,000 คนกลับมาทำงานที่โรงงานเพื่อเริ่มต้นการผลิตใหม่ แต่ไม่ใช่ด้วยสภาพแวดล้อมเดิม บริษัทมีการออกกฎระเบียบใหม่และการออกแบบไลน์การผลิตใหม่ที่คำนึงถึงสุขภาพของพนักงานอย่างเข้มข้น

แอนเดริส ทอสต์มันน์ (Andreas Tostmann) กรรมการของ Volkswagen ที่รับผิดชอบการผลิต

และการขนส่ง กล่าวว่า โรงงานได้จัดทำแผน 100-point ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านความปลอดภัยอย่างเข้มงวดในการรักษาระยะห่างและความสะอาดในโรงงาน โดยพนักงานจะต้องได้รับการวัดอุณหภูมิและตรวจเช็กร่างกาย สวมชุดทำงานให้เรียบร้อยก่อนทุกเช้าก่อนเดินทางมาที่โรงงาน ภายในโรงงานมีการจัดทางเดินไม่ให้สวนกัน บนพื้นจึงมีเครื่องหมายเพื่อบอกเส้นทางการเดินและระยะยืนที่ห่างกัน 1.5 เมตร ในระหว่างที่เจอกัน ซึ่งทุกคนต้องใส่ผ้าปิดปากปิดจมูก กระจกกันแบบเคลื่อนย้ายได้ถูกนำมาใช้ในหลายพื้นที่ และการส่งต่อชิ้นส่วนระหว่างพนักงานกับพนักงานจะไม่เกิดขึ้น แต่จะปรับมาเป็นการวางชิ้นส่วนต่าง ๆ ไว้เพื่อให้หยิบเอง การทำความสะอาดอุปกรณ์พื้นที่ทำงาน และห้องน้ำถูกเพิ่มความถี่ให้ทำบ่อยขึ้น พร้อมทั้งมีการติดตั้งอุปกรณ์สำหรับล้างมือทั่วโรงงาน ปรับเปลี่ยนห้องประชุมเป็น

พื้นที่ทำงานเพิ่มเติม รวมถึงปรับเวลาการทำงานให้ยืดหยุ่น และคงยังให้มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) มาตรการทั้งหมดนี้จะถูกนำมาจัดทำเป็นคู่มือในการปฏิบัติสำหรับพนักงานทุกคน เพื่อให้ทำความเข้าใจก่อนกลับมาปฏิบัติงาน นอกจากนี้ มาตรฐานเพื่อการป้องกันนี้ยังถูกนำไปใช้กับซัพพลายเออร์และพาร์ทเนอร์ขนส่งสินค้าอีกกว่า 40,000 ราย ทั่วโลก

แม้จะเป็นเพียงก้าวแรกในการกลับมาทำงานและยังมีงานอีกมากมายที่ต้องช่วยกระตุ้นการขายในเยอรมนีและยุโรป แต่การสร้างมาตรฐานการผลิตนี้ ไม่เพียงทำให้พนักงานทำงานได้อย่างปลอดภัย แต่แบรนด์ของ Volkswagen ยังเป็นแบบอย่างของการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต **[CT]**

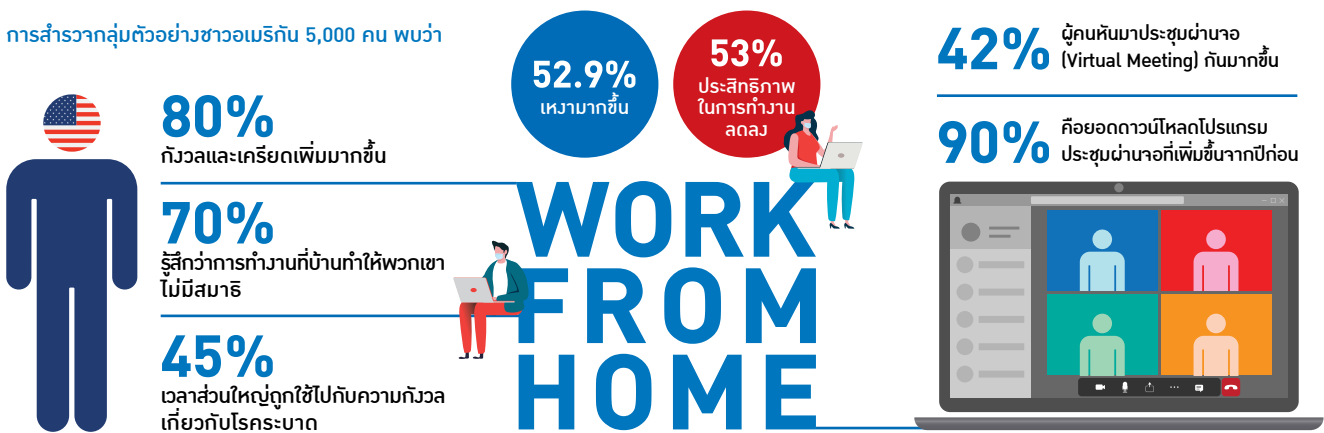
ที่มา : ข่าวประชาสัมพันธ์ "Production at Volkswagen in Wolfsburg begins again today" (27 เมษายน 2020) จาก volkswagen-newsroom.com / บทความ "Aldi, McDonaldsroom.com in Wolfsburg begins again" (23 มีนาคม 2020) โดย Jon Springer จาก winsightgrocerybusiness.com / บทความ "Coronavirus: Mercedes F1 to make breathing aid" (30 มีนาคม 2020) โดย Fergus Walsh จาก bbc.com / บทความ "Customers in US are responding to 'Authentic, purpose-driven campaigns' on TV amidst COVID-19" (8 เมษายน 2020) จาก yougov.co.uk / บทความ "Singapore Airlines เปลี่ยนลูกเรือเป็น Care Ambassador ดูแลผู้ป่วย ยามว่างงาน" (10 เมษายน 2020) โดย Techsauce Team จาก techsauce.co / บทความ "สมายล์ ตุ๊ก ตุ๊ก" ตุ๊กตุ๊กเดลิเวอรี่ บริการใหม่สู้วิกฤตโควิด-19" (20 เมษายน 2020) โดย PPTV Online จาก pptvhd36.com

สถิติเบื้องหลัง Work from Home ที่เหล่าคนเหมายังคงต้องเวิร์กต่อไป

เรื่อง : ณัฐชา ตะวันนาโชติ

หลังจากที่ปรากฏการณ์โควิด-19 ได้สร้างผลกระทบไปทั่วโลก ธุรกิจหลายแห่งต้องปิดทำการชั่วคราว องค์กรและบริษัทต่าง ๆ ไม่สามารถเปิดให้พนักงานมาทำงานร่วมกันที่ออฟฟิศได้เหมือนปกติ ถึงเวลาที่ผู้คนต้องปรับตัวครั้งใหญ่อันนำมาซึ่งวิถีการใช้ชีวิตแบบใหม่ หรือ New Normal ที่นอกจากจะทำให้สังคมทางกายภาพเปลี่ยนแปลงแล้ว ยังทำให้สภาพจิตใจของผู้คนได้รับผลกระทบไม่แพ้กัน

การสำรวจกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกัน 5,000 คน พบว่า



เมื่อวันทีชีวิต เติบโตมาถึงจุดเปลี่ยน

เมื่อ “การเว้นระยะห่างทางสังคม” หรือ Social Distancing กลายเป็นมาตรการหลักที่ภาครัฐใช้เพื่อพยายามให้ประชาชนลดการเดินทางและใกล้ชิดกันให้น้อยลง หลายบริษัทจึงประกาศให้พนักงานส่วนใหญ่เริ่มทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) กันมากขึ้น ซึ่งการสำรวจของบริษัท Thrive Global จากกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกัน 5,000 คน พบว่า สถานการณ์โรคระบาดครั้งนี้ทำให้ผู้คนกว่าร้อยละ 80 มีระดับความกังวลและความเครียดเพิ่มมากขึ้น อีกร้อยละ 70 ยังรู้สึกว่าการทำงานที่บ้านทำให้พวกเขาไม่สบาย และยังมีรายงานว่าเวลาทำงานมากกว่าร้อยละ 45 โดยเฉลี่ยถูกใช้ไปกับความกังวลเกี่ยวกับโรคระบาดและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

นอกจากนี้ teamblind.com ที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นพนักงานจากบริษัทยักษ์ใหญ่ในอเมริกาอย่าง Apple, Amazon, Bloomberg และ

Facebook ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานจากบริษัทเหล่านี้เกี่ยวกับ “ความกลัว” ในชีวิตการทำงานเอาไว้ ซึ่งพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วมากกว่าครึ่ง (57%) รู้สึกกลัวว่าตัวเองอาจถูกให้ออกจากงาน มีส่วนหนึ่ง (23.7%) ยอมรับว่ากำลังหาช่องทางสร้างรายได้เสริม และพนักงาน 40.6% เชื่อว่าต้องใช้เวลาอีกอย่างน้อย 6 - 12 เดือนกว่าสถานการณ์จะกลับสู่ภาวะปกติ

ความเหมาเป็นข้อบกพร่อง หุบสาวไม่ได้พบกันในวันร้ายราน

ขณะที่ผู้คนปฏิเสธพันธกิจน้อยลงและการเว้นระยะห่างก็ช่วยลดอัตราการติดตัวของโรค ถึงแม้จะสร้างความอุ่นใจในระดับหนึ่ง แต่การอยู่กับตัวเองและไม่ได้พบเจอผู้คนนาน ๆ ก็คงต้องรู้สึก “เหงา” เป็นธรรมดา และความเหมาที่ยังส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละคนไม่มากนักน้อยสืบเนื่องจากการสำรวจของ teamblind.com

เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตด้านสภาพจิตใจซึ่งเป็นผลจาก Social Distancing จากกลุ่มตัวอย่าง 10,107 คน พบว่า

- **คนเหมาเพิ่มขึ้น** 52.9% ตอบว่าการทำงานที่บ้านทำให้รู้สึกเหมามากกว่าปกติ (พนักงาน Apple เหมาเพิ่มขึ้น 52.3% พนักงาน Intel เหมาเพิ่มขึ้น 50% และพนักงาน Facebook เหมาเพิ่มขึ้น 58.1%)
- **ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง** 53% บอกว่าประสิทธิภาพในการทำงานของพวกเขาได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพจิตใจเนื่องจากการทำงานที่บ้าน (พนักงาน Facebook ได้รับผลกระทบด้านประสิทธิภาพในการทำงาน 69.7% พนักงาน Google 64.3% และพนักงาน Amazon 57%)

Stay Alone Together

และ 5G คือคำตอบแห่งอนาคต

แม้ตัวจะห่างกัน แต่ปัจจุบันเทคโนโลยี Video Conference ก็เป็นช่องทางที่ทำให้เรายังติดต่อสื่อสาร เครื่องมืออย่าง Zoom หรือ Google Meet จึงมียอดดาวน์โหลดทั่วโลกสูงถึง 62 ล้านครั้งภายใน 1 สัปดาห์ (ระหว่างวันที่ 14 - 21 มีนาคม 2563) ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 90 จากยอดดาวน์โหลดเฉลี่ยของปีก่อนหน้า

รายงานจาก Doodle แพลตฟอร์มนัดประชุมและปฏิทินออนไลน์ระบุว่า ผู้คนหันมาประชุมผ่านจอ (Virtual Meeting) กันมากขึ้นถึง 42% ซึ่งนอกจากการประชุมงานในองค์กรแล้วยังพบว่ายังมีการนัดประชุมผ่านจอเพื่อทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกันด้วย เช่น

- นัดกันออกกำลังกาย เล่นโยคะ เดินแอโรบิก หรือแม้กระทั่งฝึกพิลาทิสผ่าน Virtual Meeting มากขึ้นถึง 100%
- นัดกันเล่นเกม ไม่ว่าจะเป็นเกมออนไลน์หรือเกมทั่วไปอย่างเกมเล่นทายคำหรือตอบคำถามมากขึ้น 44%
- นัดสังสรรค์ เช่น ดื่มเบียร์ หรือ จิบไวน์ ซึ่งเพิ่มมากขึ้นถึง 296%

แนวโน้มของการทำงานทางไกลที่กำลังเติบโตขึ้น ทำให้คุณภาพในการเชื่อมต่อกลายเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเทคโนโลยี 5G¹ จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการรองรับการเชื่อมต่อระหว่างผู้คน ทำให้การทำงานทางไกลมีความเสถียรมากขึ้น และเป็นกุญแจสำคัญที่จะหลีกภัยความเสี่ยงสถานที่ เพื่อทำให้การทำงานร่วมกันของผู้คนที่อยู่ต่างสถานที่กันมีความเป็นไปได้และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น [CT]

¹Generation ที่ 5 ของเทคโนโลยีเครือข่ายไร้สายที่ไม่ได้จำกัดแค่การใช้บนโทรศัพท์มือถือ แต่รวมถึงอุปกรณ์ทุกชนิดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งจะมีความเร็วกว่า 4G ในปัจจุบันถึง 20 เท่า

ที่มา : บทความ "Video Conferencing Apps Surge from Coronavirus Impact" โดย Lexi Sydow จาก appannie.com / บทความ "What Studies Reveal About Social Distancing and Remote Working During Coronavirus" โดย Bryan Robinson จาก forbes.com / รายงาน "Thriving in the New Normal" จาก thriveglobal.com

เคล็ดไม่ลับตัวสตี Work from Home

ระหว่างที่สถานการณ์โรคระบาดยังไม่มีย่อสรุป และบ้านกลายเป็นออฟฟิศเฉพาะกิจ หลายคนเริ่มพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า "ทำงานที่บ้านแล้วไม่มีสมาธิ" รายงานจาก Headway Capital จึงได้รวบรวม 9 คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญสำหรับเพิ่มสมาธิ ที่สามารถนำไปปรับใช้เพื่อทำให้การทำงานจากที่บ้านมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1. **เพิ่มสิ่งรบกวน (เล็กน้อย)** : มีการศึกษาพบว่าสิ่งรบกวนในระดับที่ไม่มากเกินไป เช่น การเปิดดนตรีบรรเลงเบา ๆ สามารถช่วยเพิ่มสมาธิขณะทำงานได้
2. **พักบ้าง** : การพักสมองจากการทำงานสักครู่ และลองคิดเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวกับงานจะช่วยเติมพลังและทำให้มีสมาธิมากขึ้นเมื่อกลับมาทำงานอีกครั้ง
3. **หาต้นตอความเครียด** : ทำให้เจอว่าอาการเครียดของคุณเกิดจากอะไร แล้วลองเคลียร์สมองให้โล่ง โดยการจินตนาการว่านำความเครียดนั้นไปเก็บไว้ในที่ไกล ๆ เช่น ในลิ้นชัก หรือ เอาไปโยนทิ้งทะเล ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแนะนำว่าจะช่วยให้สามารถจดจ่ออยู่กับงานตรงหน้าได้ดีขึ้น
4. **จิบกาแฟ** : อย่างที่รู้กันดีว่ากาแฟมีสารคาเฟอีน ช่วยให้ตื่นตัวและมีสมาธิทำงาน แต่ถ้าหากใครไม่ใช่คอกาแฟ ดาร์กช็อกโกแลตก็ให้ผลลัพธ์ที่ใกล้เคียงกัน แถมยังมีสารต้านอนุมูลอิสระอีกด้วย
5. **วาดรูป (เล่น ๆ)** : การวาดรูปในที่นี้ไม่ได้หมายถึงการวาดอะไรที่ซับซ้อน แต่หมายถึงการพักรวบรวมสติ 1 นาที เพื่อวาดอะไรง่าย ๆ เช่น ขีดเส้นขยุกขยิก หรือ รูปทรงเรขาคณิต ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขบคิด และช่วยดึงสติของคุณกลับมา
6. **นับเลข** : การนับเลขซ้ำ ๆ ไปพร้อม ๆ กับการหายใจ หรือที่คนไทยคุ้นกันว่า "หายใจเข้า-พุท หายใจออก-โฮ" โดยทำตอกันสัก 10 ครั้ง จะสามารถช่วยจัดความฟุ้งซ่าน และทำให้มีสติมากขึ้น
7. **กอดๆ** : ศาสตร์โยคะที่ผสมผสานระหว่างความรู้ตะวันตกและตะวันออกเข้าด้วยกันชื่อว่า Naam Yoga ระบุว่า การใช้นิ้วโป้งกดลงไปที่ด้านข้างของนิ้วกลางตรงบริเวณข้อนิ้วที่ใกล้กับฝ่ามือของมือแต่ละข้าง จะช่วยกระตุ้นเส้นประสาทที่อยู่ใกล้กับหัวใจ และช่วยทำให้รู้สึกสงบได้
8. **ถึงสติ** : หมั่นสำรวจความคิดตัวเองอยู่เสมอว่าเมื่อไรที่คุณเริ่มเสียสมาธิ และอะไรทำให้เสียสมาธิบ่อย ๆ หากรู้ตัวและพบสาเหตุได้เร็วเท่าไร คุณก็จะรู้เท่าทันและดึงสติให้กลับมาตั้งสมาธิทำงานได้เร็วขึ้นเท่านั้น
9. **เคี้ยวหมากฝรั่ง** : มีการวิจัยพบว่าการเคี้ยวหมากฝรั่งช่วยเพิ่มความตื่นตัว และช่วยทำให้ตั้งสมาธิและจดจ่อกับงานได้นานขึ้น



คลังสินค้าออนไลน์ครบวงจรที่ตามใจคุณลูกค้าที่สุด

เรื่อง : วนบุษปี ยุพเกษตร

คนค้าคนขายช่วงนี้อาจบ่นอุบกับจำนวนลูกค้าหน้าร้านที่หายไป แต่รู้ไหมว่าแม่ค้าพ่อค้าออนไลน์กลับโตเอา ๆ พุ่งแรงตอบรับกระแสโควิด-19 กันไม่หวาดไม่ไหว ถึงอย่างนั้นก็ใช่ว่าเส้นทางจะโรยด้วยกลีบกุหลาบ เพราะปัญหาประจำของการขายของก็คือการบริหารจัดการสต็อกสินค้า ที่กลายเป็นความยุ่งยากสำหรับหลายคนจนจ่ออยู่กับการขายไม่ได้ดีเท่าที่ควร

เราสบโอกาสพูดคุยกับ คุณเมฆ - นิธิ สัจจทิพวรรณ กรรมการผู้จัดการของ MyCloud Fulfillment คลังสินค้าออนไลน์สำหรับธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ ที่ไม่ได้คุยแค่เรื่องระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่ยังเล็งถึงภาพความเป็นจริงของวงการเอสเอ็มอี ประกอบกับข้อคิดทางการตลาดจากประสบการณ์จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงโรคระบาดโควิด-19 ที่สถานการณ์ยังคงน่าเป็นห่วง

คลังสินค้า ≠ พื้นที่เก็บของ

“บริการของเราคือคลังสินค้าออนไลน์ โดยให้คนที่ขายของเอาสินค้ามาเก็บกับเรา และเราก็มีระบบจัดการให้ทั้งหมด เช่น สามารถเก็บของ แพ็คของ และส่งของไปตามที่จัดส่งต่าง ๆ โดยมีระบบจัดการที่เชื่อมต่อกับช่องทางการขายได้โดยตรง อย่างพวกมาร์เก็ตเพลส Lazada หรือ Shopee ทำให้เมื่อลูกค้าได้รับออเดอร์ คลังของเราสามารถอัปเดตสต็อกกลับไปอัตโนมัติได้ทันที” เหล่านี้คือจุดประสงค์ที่ชัดเจนของ MyCloud Fulfillment คือช่วยให้ร้านค้าขายได้โดยไม่สะดุด ฉะนั้นทุกอย่างที่ทีมงานทำก็คือการทำให้ร้านค้าจัดการได้ง่ายและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

“ความหมายของคำว่าคลังสินค้าไม่ใช่แค่พื้นที่เก็บของนะครับ คลังสินค้าต้องทำทุกอย่างเพื่อตอบโจทย์ให้ธุรกิจค้าปลีกหรือร้านขายของ ซึ่งธุรกิจพวกนี้ก็ต้องทำทุกอย่างเพื่อตอบโจทย์ให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคที่ ฉะนั้นแล้ว ถ้าพูดให้ถูก คลังสินค้าต้องทำเพื่อผู้บริโภคไม่ใช่มีไว้เพื่อเก็บของ” คุณเมฆอธิบายต่อว่า “คลังที่ดีคือคลังที่ไม่มีของเยอะ ของเข้ามา 100 ชิ้น ควรออก 100 ชิ้น” นี่เป็นคำนิยามของคำว่าคลังสินค้าในแบบของเขาที่อาจแตกต่างไปจากคลังสินค้าอื่น ๆ ที่มีไว้เพื่อให้เขาเก็บของระยะยาวและเก็บเป็นจำนวนมาก

4 ขั้นตอนให้บริการ “เก็บ แพ็ค ส่ง”

1. **Inbound/Storage** นำสินค้ามาเก็บที่คลัง
2. **Software** ส่งออเดอร์ผ่านระบบหรือเชื่อมต่อ API
3. **Pick&Pack** บริการหยิบและแพ็คสินค้า
4. **Ship** จัดส่งสินค้าตามช่องทางที่ต้องการ



โตขึ้น 3 เท่าใน 3 เดือน

วลีนี้คือภาพความเป็นจริงของธุรกิจ MyCloud Fulfillment ในวันนี้ ด้วยเหตุเพราะโรคระบาดจากโควิด-19 จึงบีบบังคับให้ทุกคนย้ายช่องทางการขายมาอยู่บนออนไลน์ แม้แต่คนที่ไม่เคยก้าวเข้ามาเลย “เพราะทุกคนต้องขึ้นออนไลน์หมด ถึงจะขายได้ มันไม่มีทางเลือกอื่น ไปทางก็ไม่ได้ ไปซื้อของตามปกติก็ไม่ได้” เหตุการณ์นี้จึงเปรียบเหมือน “ตัวเร่ง” ให้ทุกอย่างเกิดไวขึ้น

“อะไรขายดี อะไรขายไม่ดี” จากมุมมองผู้ควบคุมคลังสินค้า

สินค้าที่ขายดี เครื่องสำอาง ถือเป็นสินค้าปัจจัยสี่ของสาว ๆ ที่ต้องกักตุนไม่แพ้ข้าวของจำเป็นอื่น ๆ / **เครื่องใช้ในบ้าน** อย่าง อุปกรณ์ทำอาหาร / อุปกรณ์เพื่อความบันเทิง เช่น ตู้เกม วีอาร์ เครื่องขาร์จแบตเตอรี่ คอมพิวเตอร์ หูฟัง / เฟอร์นิเจอร์ ชิ้นเล็กชิ้นน้อย เช่น กรอบรูป ต้นไม้ แม้แต่อุปกรณ์ทำความสะอาดบ้าน ที่ตอบกับไลฟ์สไตล์ของคนที่อยู่บ้านเป็นหลัก

สินค้าที่ขายไม่ดี แฟชั่น เมื่อการดูดีในสายตาคนอื่นไม่จำเป็นสำหรับการอยู่แต่บ้าน คนจึงจับจ่ายข้าวของแฟชั่นน้อยลง

หมายเหตุ : ข้อมูลการวิเคราะห์สินค้าอ้างอิงจากคลังของ MyCloud Fulfillment

ใช้หลักการกระจายแก้ไขปัญหา

เมื่อเราไม่ได้ตั้งตัวรับมือเหตุการณ์กะทันหันนี้มาก่อน แน่นอมน่ายอมส่งผลกระทบไม่ดีกับธุรกิจไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง คุณเมฆเล่าว่า “เคอร์ฟิวทำให้พนักงานอยู่ทำงานได้แค่ 1 ทุ่มเต็มที่ จากเดิมที่คลังสินค้าเราทำงานกัน 3 กะ ตอนนั้นเหลือแค่ 2 กะ ทำให้เวลาที่ออเดอร์ทะลักเข้ามา เราจำเป็นต้องเพิ่มพนักงานในแต่ละกะให้มากขึ้น ซึ่งก็ตามมาด้วยปัญหาพื้นที่ทำงานมีไม่พอกับจำนวนคน” ฉะนั้นสิ่งที่กระทบกับธุรกิจของ MyCloud Fulfillment ขณะนี้ก็คือความยืดหยุ่นในการจัดการคนและสินค้า

“เดิมทีเรามีอยู่ 2 คลัง ที่สามารถโยกย้ายคนไปมาระหว่างคลังได้ แต่พอเกิดโควิด-19 เราก็ต้องพยายามไม่ให้คนเจอกัน ไม่โยกคนข้ามคลัง ทำให้เราไม่สามารถยืดหยุ่นเรื่องแรงงานได้อย่างเคย” นี่เป็นมาตรการของทางบริษัทที่ถูกนำมาใช้ในระหว่างวิกฤตโรคระบาด รวมไปถึงการจัดการภายในที่รัดกุมมากขึ้น เช่น การเว้นระยะห่างระหว่างพนักงานอย่างน้อย 2 เมตร การคัดแยกคนนอกเวลาเข้ามาในพื้นที่ หรือการแยกเวลาพักกินข้าว รวมถึงการตรวจวัดไข้ ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ และใส่ถุงมือ ที่กลายมาเป็นมาตรการขั้นพื้นฐานของคลังสินค้า ซึ่งแม้จะเป็นการเพิ่มขั้นตอนมากขึ้นในการทำงาน แต่ก็เป็นสิ่งที่จะต้องทำเพื่อแก้ไขและป้องกัน การติดต่อจากเชื้อโควิด-19 ในเวลานี้

“ภาพใหญ่เลยคือเราทำงานได้ช้าลงและน้อยลง ตอนช่วงพิกก็จะมีปัญหาส่งของไปให้ลูกค้าช้าลง เราจึงต้องใช้วิธีที่ดีที่สุด นั่นคือการสื่อสาร



มาช่วยอธิบายกับลูกค้าปลายทางว่ามันเกิดปัญหาอะไรขึ้น” เมื่อมองเห็นปัญหาแล้ว คุณเมฆก็เริ่มวางแผนจัดการแก้ปัญหาอีกทางโดยการขยายคลังสินค้าเพิ่ม เพื่อให้กระจายสินค้าได้มากขึ้นและรวดเร็วขึ้น “เดิมทีมันคือการกระจุกตัว ของทุกอย่างกระจุกอยู่ที่เดียว คนก็กระจุกอยู่ที่เดียว ตอนนั้นเราจึงไปเปิดคลังเพิ่ม แล้วจัดคนอีกชุดไปทำงานตรงนั้น แม้จะทำงานได้เวลาเท่ากัน แต่อย่างน้อยเราก็ได้ขยายพื้นที่ไปได้มากขึ้น”

ขณะที่จุดสำคัญอีกอย่างของการแก้ปัญหาในธุรกิจช่วงนี้ก็คือ เรื่องการจัดการพนักงานให้มาเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนบริษัท คุณเมฆอธิบายว่าพนักงานที่ทำงานหน้างานยังดำเนินงานต่อไปได้ แต่พนักงานส่วนงานบริหารต้องจำกัดลง เป็นการเปลี่ยนแปลงที่บริษัทพยายามทำให้ระบบแบบ ‘ล่างขึ้นบน (Bottom Up)’ มากขึ้น “เดิมทีเราใช้การบริหารจัดการแบบ ‘บนลงล่าง(TopDown)’ แต่ตอนนี้เราต้องกลับหันไปมองคนข้างล่างว่าเขาทำงานทันไหม ต้องการอะไรหรือเปล่า ต้องพยายามผลักดันและให้กำลังใจเพื่อให้เขาจัดการงานงานได้ดีขึ้น เพราะว่าทุกอย่างถูกจำกัดด้วยเวลาและกฎระเบียบที่มากขึ้น”

เอสเอ็มอีโชกต์เพราะโควิด-19

หากอยู่ในวงการเอสเอ็มอีจะรู้ว่าเศรษฐกิจแย่มากแล้ว “ที่แย่สุด ๆ คือปีที่แล้ว เพราะเดิมเราทำคลังสินค้าเพื่อช่วยเอสเอ็มอี 100% แต่ปีที่แล้วพวกมันเกิดเพลชทำโปรโมชันหนักมาก ทำให้พฤติกรรมของการซื้อของคนเปลี่ยนไป” คุณเมฆยกตัวอย่างว่า ปกติร้านค้าจะขายดีในช่วงเทศกาลอย่างสงกรานต์ เขาก็จะรู้แล้วว่าต้องสต็อกของช่วงนั้น แต่หลัง ๆ ยอดขายกลับมามากน้อยในช่วง 11.11 หรือ 12.12 ทำให้คนที่สต็อกของไว้ช่วงสงกรานต์เจอภาวะเงินจมเข้ากันวิกฤต และกระทบมาถึงธุรกิจคลังสินค้าไปด้วย “แต่พอโควิด-19 มา มันกลายเป็นว่าเรากลับพลิกขึ้นมาใหม่ครับ จากที่เราอยู่ในจุดที่มันกำลังเป็นขาลงด้วยซ้ำ อยู่ดี ๆ เอสเอ็มอีที่มีหน้าร้านก็ขายดีขึ้นมาใหม่ เพราะปรับตัวได้เร็วกว่าบริษัทใหญ่ แต่ในระยะยาวถ้าเอสเอ็มอีอยากจะไปต่อ ก็จำเป็นต้องวางรากฐานให้ดีในการเติบโตในอนาคต”

ปัญหาใหญ่ที่สุดของเอสเอ็มอีคือการขอทำทุกอย่างด้วยตัวเองและไม่กล้าเสี่ยง แต่คุณเมฆมีมุมมองที่ต่างออกไป “ตอนนี้ยังมีวิกฤต ยี่สิบต้องเสี่ยงครับ หลายคนคิดว่ามีวิกฤตแล้ว เราต้องปกป้องตัวเองมากขึ้น แล้วถ้าทุกคนคิดแบบนั้น เรายิ่งต้องเสี่ยงในเวลานี้เลยครับ” ฉะนั้นโจทย์ต่อไปของร้านค้าคือการจะทำอย่างไรให้คนคิดและผูกพันอยากซื้อต่อ ซื้อมาก และบอกต่อ เพราะตอนนี้ไอ-คอมเมิร์ซเปรียบเสมือนเรือใหญ่ที่ออกสู่ผืนน้ำไปเรียบร้อยแล้ว “ไอ-คอมเมิร์ซจะเป็นแค่ช่องทางในการจ่ายเงินเพื่อให้เราได้ขาย แต่สุดท้ายแล้วแบรนด์ที่ดีต้องอยู่ในไลฟ์สไตล์ของคนที่มีมันเปลี่ยนมากกว่า” คุณเมฆกล่าวเสริม

ข้อมูลชั้นดี = หมอฉุกเฉินยก

“ผมว่าขาลงที่ใหญ่ที่สุดของการขายของก็คือ ถ้าเราซื้อของมาขายชิ้นขายได้ร้อยชิ้น ธุรกิจเติบโตแน่นอน แต่ปัญหาคือส่วนใหญ่เราซื้อของมาขายชิ้น แต่ขายได้แค่ห้าสิบชิ้น อีกห้าสิบมันค้างสต็อก ทำให้เงินจม ยิ่งทำไปเรื่อย ๆ ก็จนลงเรื่อย ๆ เพราะขายไม่ได้สักที นั่นเป็นปัญหาที่ใหญ่ที่สุด สิ่งที่เราต้องการที่สุดตอนนี้คือ ‘หมอฉุกเฉิน’ คือดูว่าควรจะซื้ออะไร หรือสินค้าอะไรที่จะขายได้ ไม่อย่างนั้นจะเป็นเหมือนทุกวันนี้ ที่ยิ่งทำธุรกิจแล้วสต็อกก็ท่วมไปเรื่อย ๆ เพราะกะเกณฑ์สต็อกไม่ถูก” แต่หมอฉุกเฉินอย่างคุณเมฆนั่นก็คือการมีข้อมูลที่ดี “การที่เรามีดาต้าที่ดี ก็เหมือนเรามีหมอฉุกเฉินที่สามารถบอกได้ว่าอนาคตเราจะเจออะไร หรือทำนายได้ว่าอะไรจะขายได้ดี”

เป้าประสงค์ต่อไปของธุรกิจคลังสินค้าของคุณเมฆคือทำอย่างไรก็ได้ให้คลังไม่ไขว่แคคคิง นั่นคือการต่อยอดไปเป็นหมอ “ต้องยอมรับครับว่ามีคนสนใจมากจริง ๆ ว่าอะไรที่ทำให้ขายของได้ดี ฉะนั้นเราก็จะมีดาต้าที่สามารถบอกได้ว่าคุณควรขายอะไร หรือไม่ควรขายอะไร นี่เป็นสิ่งที่เราจะทำได้ต่อไป” และนี่อาจกลายเป็นอีกหนึ่งบทบาทที่สำคัญในอนาคตของธุรกิจผู้บริหารคลังสินค้าของ MyCloud Fulfillment ที่ยังคงพยายามเข้าใจและตอบโจทย์ลูกค้าจนเม็ดสุดท้าย

เตรียมตัว “กลับหลัง-หัน”

“ตอนนี้ฉันรู้แล้วว่าสิ่งที่น่ากลัวในการทำธุรกิจไม่ได้มีแค่คู่แข่งทางการค้าหรือการแข่งขันระหว่างประเทศ แต่โรคระบาดที่เกิดขึ้นนี้พร้อมจะฆ่าทุกคน และอนาคตเราอาจจะไม่ได้มีแค่โรคระบาด อาจจะเป็นอุกกาบาตหรือภาวะโลกร้อนก็ได้ ผมกำลังหมายถึงว่าเราต้องเตรียมตัวรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันตลอด พอเกิดเหตุการณ์แบบนี้ขึ้น ถามว่าเราวางแผนอะไรได้บ้าง คำตอบคือเราวางแผนไม่ได้หรอกครับ เพราะเราไม่รู้ว่าจะอีก 10 ปีข้างหน้าจะเกิดอะไรขึ้นอีก ฉะนั้นที่ทุกบริษัทต้องทำก็คือการทำตัวให้ยืดหยุ่น” สำหรับบริษัทก็อาจไม่ลงทุนกับสิ่งที่ไม่ใช่ตัวเอง หรือถ้ามีคนที่เก่งกว่ามาทำให้ได้ก็ทำอย่างการจ้างเอาต์ซอร์สเก่ง ๆ มาช่วย สุดท้าย การวางแผนอนาคตคือต้องสั้นและเร็ว

“เพราะการดิ้นรนปรับตัวมันไม่ได้เกิดในเวลาที่เราพร้อม แต่มันเกิดขึ้นทันทีแล้ววันที่มันเกิดขึ้น เราก็จะไม่รู้ ฉะนั้นเราต้องเดินไปข้างหน้าโดยคิดเสมอว่าทางข้างหน้ามันมีหลุม ต้องเดินด้วยความระมัดระวัง และหลบหลีกได้เร็ว ไม่ใช่วิ่งไปตรง ๆ หรือเดินไปตัวใหญ่ ๆ ฉะนั้นสิ่งที่ธุรกิจต้องทำคือ ต้องกระจายให้มากที่สุดและแตกให้เล็กที่สุด พนักงานทุกคนก็ต้องทำงานได้หลายอย่างด้วย” การไม่ยึดติดกับค่าของการขายของแบบเดิม ๆ เป็นอีกเรื่องที่คุณเมฆกล่าวย้ำ เขายกตัวอย่างหนังสือ *Who moved my cheese?* ที่พูดถึงการปรับตัวรับมือความเปลี่ยนแปลงเสมอและบอกกับเราว่า “ทุกคนคิดว่าของจะกลับมาขายดี แต่มันจะไม่มีแล้วครับ ที่เคยคิดว่าไทยคือประเทศท่องเที่ยว มันก็ไม่ใช่แล้วครับ มันจะเปลี่ยนไปหมด เพราะอย่างนั้นเราอย่ายึดติดเลยครับ เตรียมตัวหาช่องทางสร้างรายได้ใหม่ ๆ จะดีกว่า” **[CT]**

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมที่ : mycloudfulfillment.com

หมายเหตุ : ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผ่านวิดีโอคอลเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2563

มีความหวังอย่างมี

สติ

ทำอย่างไรให้พร้อม
รับมือกับความกลัว

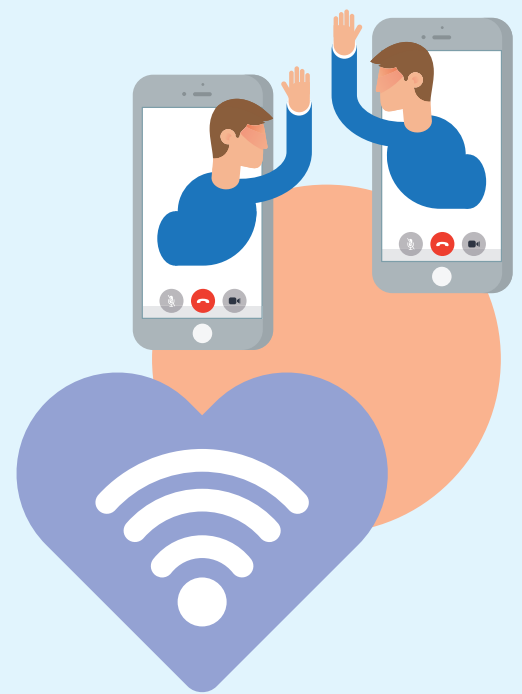
เรื่อง : นพพร คนไว

การตื่นกลัวโรคระบาดสามารถส่งผลร้ายแรงถึงสภาพจิตใจ และสุดท้ายอาจส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่ขาดการไตร่ตรองต่อทั้งตัวเองและผู้อื่น เราจะจัดการกับความตื่นตระหนกและเริ่มต้นมองโลกได้แง่ดีได้อย่างไร มีคำแนะนำมากมายจากผู้เชี่ยวชาญในการยับยั้งความกลัวและสร้างความหวังให้กับตัวเอง



หยุดการดูถูกและกล่าวหาผู้อื่น

สัญญาณของการดูหมิ่นและเหยียดหยามผู้อื่นคือสิ่งที่บ่งชี้ถึงความตื่นตระหนกของสภาพจิตใจ เราเห็นการเหยียดเชื้อชาติต่อชาวเอเชียที่เกิดขึ้นหลายแห่งทั่วโลก หรือความหวาดกลัวในที่สาธารณะหากมีใครสักคนจาม อย่าลืมว่าพวกเรากำลังเผชิญวิกฤตเดียวกัน และปัญหานี้ไม่ได้เกี่ยวกับใครคนหนึ่ง แต่เป็นเรื่องของพวกเราทุกคน

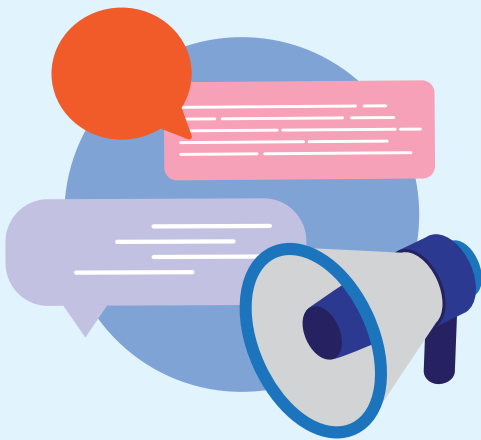


ไกลกันแต่ไม่ห่างเหิน

การเว้นระยะห่างทางสังคมบังคับให้เราขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ซึ่งอาจเพิ่มความวิตกกังวลและการจินตนาการถึงสถานการณ์ที่เลวร้ายได้ การได้พูดคุยกับเพื่อนฝูงหรือครอบครัวผ่านช่องทางต่าง ๆ จะช่วยให้คลายความกังวลด้วยการแลกเปลี่ยนคำแนะนำหรือคอยปลอบประโลมซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่นแคมเปญ Getting Through Together ของประเทศนิวซีแลนด์ที่มีสโลแกนอย่าง Distance, not Distant นำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพจิตใจและร่างกาย และเปิดพื้นที่ให้ผู้คนร่วมแชร์ไอเดียและข้อคิดดี ๆ ที่จะช่วยผ่านวิกฤตอันเลวร้ายครั้งนี้ไปได้

การมองโลกแง่บวกเป็นเรื่องที่ดี แต่ “การมองโลกในแง่ดีอย่างระมัดระวัง” คือการหันหน้าเข้าหาความจริงพร้อมความกล้า มองสถานการณ์ด้วยความหวัง ว่าอย่างไรก็ตามเราก็จะผ่านมันไปได้ ขณะเดียวกันก็ต้องใช้ชีวิตอย่างมีสติและไม่ปล่อยให้ความกลัวอยู่เหนือเรา **[CT]**

ที่มา : บทความ “10 Ways to Ease Your Coronavirus Anxiety” โดย Simran Sethi จาก nytimes.com, บทความ “Getting Through Together” จาก allright.org.nz และ บทความ “New York Governor sounds optimistic note as coronavirus numbers improve” โดย Maria Caspani, Nathan Layne จาก reuters.com



เข้าใจข้อมูลที่เป็นความจริง

ท่ามกลางข้อมูลมหาศาลในโลกออนไลน์ ควรหลีกเลี่ยงข้อมูลในมน้าวความรู้สึก และพยายามรับข้อมูลจากแหล่งที่เป็นข้อเท็จจริงซึ่งจะช่วยลดการคิดไปเองจากการขาดข้อมูล हमันเพิ่มช่องว่างในการทบทวนสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีความเป็นจริงอย่างชัดเจน อย่างที่แอนดรูว์ คิวโม (Andrew Cuomo) ผู้ว่าการรัฐนิวยอร์ก ได้ออกมากล่าวอย่างมีความหวังเมื่อเห็นยอดผู้เสียชีวิตและผู้ป่วยที่เข้ารักษาาลดลง และเชื่อว่าสหรัฐฯ ได้ผ่านช่วงสูงสุดของการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนาไปแล้ว



อย่ากลัวที่จะขอความช่วยเหลือ

มีคนมากมายตกอยู่ในสถานการณ์ยากลำบากและมีอีกมากที่พร้อมให้ความช่วยเหลือ อย่าคิดว่าเราสามารถแก้ไขปัญหได้ด้วยตัวเราเอง หากไม่ใช่สิ่งที่เราถนัด ดังนั้นหากเกิดปัญหาให้ขอความช่วยเหลือจากคนรอบตัว ติดต่อคนที่รู้จักหรือคนในชุมชน

WOMEN IN POWER



ถอดบทเรียนภาวะผู้นำหญิง “แข็งได้ อ่อนเป็น” นำพาประเทศรอดพ้นวิกฤต

เรื่อง : วรณเพ็ญ บุญเพ็ญ

เป็นที่น่าจับตามองของคนทั่วโลกว่าทำไมประเทศที่ผ่านพ้นวิกฤตโรคโควิด-19 หรือประเทศที่สามารถควบคุมและจัดการการแพร่ระบาดครั้งนี้ไปได้ มักจะมี “ผู้นำหญิง” อยู่เบื้องหลัง หลายสื่อตั้งประเด็นข้อสงสัยเกตุกันว่า เพราะผู้นำหญิงหลายคนมีความรอบคอบและสามารถตัดสินใจได้อย่างเด็ดขาดในเวลาอันรวดเร็ว พร้อมทั้งที่เลือกแสดงด้านอ่อนโยนและความเห็นอกเห็นใจ ในยามที่คนในประเทศต้องการได้อย่างถูกต้องทุกเวลา มาดูกันว่าภาวะผู้นำหญิงเหล่านี้จะมีอะไรที่คล้ายกันในการนำพาประเทศขอพวกเธอให้รอดพ้นวิกฤตครั้งนี้ไปได้

“Things Will Remain Very Hard For A Long Time.”

อังเกลา แมร์เคิล (Angela Merkel)
นายกรัฐมนตรีเยอรมนี



ในขณะที่ผู้นำบางประเทศพยายามปลุกใจประชาชนให้สู้และเอาชนะวิกฤตครั้งนี้ไปด้วยกัน แต่ก็ยังไม่แน่ว่าต้องทำอะไร ในต้นเดือนมีนาคมที่ผ่านมา นายกรัฐมนตรีอังเกลา แมร์เคิล (Angela Merkel) ผู้นำประเทศของเยอรมนี กลับกลั้อออกมาประกาศถึงความจำเป็นไปได้ว่า ชาวเยอรมันประมาณ 60-70% อาจติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือคิดเป็นจำนวนคร่าว ๆ ได้ราวกว่า 58 ล้านคน หากยังไม่มีความมาตรการที่ช่วยชะลอการแพร่ระบาดครั้งนี้อาจถึงขั้นวิกฤต การออกมาประกาศให้เห็นภาพความจริงอันโหดร้ายข้างหน้าที่แสนเยือกเย็นนี้อาจทำให้หลายคนเสียขวัญ แต่ในขณะที่เดียวกันสิ่งที่ออกมาจากปากผู้นำในครั้งนั้นก็เตือนสติประชาชนให้รู้ได้ทันทีว่า เรื่องนี้ไม่ใช่เรื่องเล่น ๆ

อดีตนักฟิสิกส์ ดิกริปรัชญาเอกปรัชญาสาขาควอนตัมเคมีของแมร์เคิล พ่วงด้วยตำแหน่งนายกรัฐมนตรีเยอรมนีติดต่อกันกว่า 13 ปี ไม่ใช่สิ่งที่น่ากังขาในพื้นฐานความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และภาวะผู้นำที่เธอสามารถออกมาอธิบายข้อเท็จจริงเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างคล่องแคล่ว แถมยังนำเสนอแต่ความจริงเพียง ๆ ไม่ไขว่ความหวังลม ๆ แล้ง ๆ ที่เธอพยายามสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนได้รับทราบทั่วกันว่าเชื้อไวรัสนี้ยังไม่มีทาง

รักษา ที่ทำได้ตอนนี้มีเพียงชะลอการแพร่ระบาดเพื่อยื้อเวลาให้กับผู้เชี่ยวชาญได้คิดค้นวิธีการรักษาที่ได้ผลจริง ดังนั้นทางเลือกที่เหลือน้อยจึงขึ้นอยู่กับความร่วมมือของประชาชนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ภาครัฐแนะนำ อาทิ การเว้นระยะห่างทางสังคม ดกกิจกรรมที่รวมตัวของฝูงชน ฯลฯ พร้อมกับที่ทางรัฐบาลใช้มาตรการเชิงรุกให้ประชาชนสามารถเข้ารับการตรวจเชื้อได้ฟรี

เพราะเมื่อย้อนกลับไปในกลางเดือนมกราคมช่วงที่เยอรมนียังไม่พบผู้ติดเชื้อในประเทศ โรงพยาบาลชาร์ิตะในกรุงเบอร์ลิน (Charité Hospital) ก็เตรียมความพร้อมโดยการคิดค้นชุดตรวจสอบไวรัสได้สำเร็จ และทำการโพสต์สูตรการคิดค้นนี้ขึ้นในระบบออนไลน์ เพื่อให้ห้องค์กรและแล็บทดลองต่าง ๆ ในเยอรมนี เตรียมผลิตชุดตรวจสอบไวรัสเก็บไว้ ทำให้สาธารณสุขของเยอรมนีในปัจจุบันมีความสามารถในการตรวจหาเชื้อไวรัสได้มากถึง 350,000 รายต่อสัปดาห์ เมื่อบวกกับการเตรียมความพร้อมด้านระบบบริการสาธารณสุขที่ขยายจำนวนเตียงผู้ป่วยและเครื่องช่วยหายใจให้มีมากขึ้นเกือบเท่าตัวในระยะเวลารันรวดเร็ว (เดือนเมษายนมี 40,000 เตียงพร้อมเครื่องช่วยหายใจ จากเดิมเดือนมกราคมมี 28,000 เตียง) จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมเยอรมนีจึงเป็นประเทศที่ติดอันดับท็อป ๆ ของการพบผู้ติดเชื้อมากที่สุดในโลก แต่กลับมีอัตราการเสียชีวิตที่ต่ำมาก ๆ เมื่อเทียบกับประเทศยุโรปเพื่อนบ้าน

แม้ขณะนี้มาตรการล็อกดาวน์ประเทศหนึ่งเดือนจะสามารถชะลอการติดเชื้อในเยอรมนีได้ผลดี แต่ก็เป็นอีกครั้งเช่นกันที่นายกรัฐมนตรีได้ผลดี แต่ก็เป็นอย่างที่คาดถึงข่าวดีที่ไม่ควรได้ใจในครั้งนี้ว่า แม้การพยายอดผู้ติดเชื้อในประเทศจะเริ่มลดลงและอัตราการแพร่เชื้อ 1 ต่อ 1 ในขณะนี้ก็จะถือว่าค่อนข้างโอเค แต่หากสถานการณ์ยังคงดำเนินอยู่แบบนี้ต่อไป จำนวนเตียงผู้ป่วยในประเทศก็อาจจะเต็มได้ภายในเดือนตุลาคม และหาไม่สามารถควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อได้อย่างรัดกุมจนไปเพิ่มอัตราการติดเชื้อเป็น 1 ต่อ 2 หรือมากกว่านั้น จำนวนเตียงผู้ป่วยก็อาจจะเต็มเร็วขึ้นได้ภายในเดือนกรกฎาคม ข้อเท็จจริงที่ผู้นำประเทศสามารถลงมือและเล่าให้ประชาชนฟังได้อย่างเข้าใจง่าย น่าจะทำให้ชาวเยอรมันรับรู้ถึงสถานการณ์ในประเทศของตัวเองได้เป็นอย่างดี และรู้ตัวว่าควรจะต้องปฏิบัติตัวต่อไปอย่างไร

แม้ในตอนรัฐบาลจะเริ่มผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์แล้วก็ตาม แถมนายกหญิงแกร่งยังออกมาแถลงในภายหลังด้วยว่า นี่ยังเป็นเพียงช่วงเริ่มต้นของการระบาดเท่านั้น และเชื้อไวรัสนี้จะทำให้ชีวิตคุณยากลำบากไปอีกนาน สิ่งที่ยุโรปนี้ต้องทำต่อไปก็คือ “ฉลาดและรอบคอบ”

อ่อนโยนต่อเด็ก

ตรงข้ามกับความตรงไปตรงมาและดูแข็งแกร่งราวของผู้นำประเทศเยอรมนี คงต้องยกให้กับสองนายกฯ หญิงในประเทศกลุ่มนอร์ดิก อย่าง เมตเต เฟรเดอริกเซน (Mette Frederiksen) นายกรัฐมนตรีแห่งเดนมาร์ก และ อาร์นา ซูลบาร์ก (Erna Solberg) นายกรัฐมนตรีของนอร์เวย์ ที่แสดงท่าทีเป็นห่วงเป็นใยถึงความรู้สึกของเด็กและเยาวชนที่ต้องเผชิญกับเหตุการณ์วิกฤต ซึ่งยากจะเข้าใจว่าตอนนี้เกิดอะไรขึ้นและมันรุนแรงแค่ไหน โดยนายกฯ หญิงจากเดนมาร์ก เฟรเดอริกเซน อุทิศเวลาสั้น ๆ 3 นาทีเพื่อตอบคำถามของเด็ก ๆ ชาวเดนมาร์กต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะ และเมื่อเดนมาร์กผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์เมื่อปลายเดือนเมษายนที่ผ่านมา ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศแรก ๆ ของยุโรปที่อนุญาตให้เด็กช่วงวัยอนุบาลและประถมเริ่มไปโรงเรียนได้ นายกฯ เฟรเดอริกเซนก็เดินทางไปเยี่ยมเยียนเด็กนักเรียนและคุณครูในวันเปิดเทอมวันแรกถึงโรงเรียนเพื่อส่งพลังบวกและกำลังใจ พร้อมย้ำเตือนว่าเด็ก ๆ ยังต้องเว้นระยะห่างกับเพื่อนและหมั่นทำความสะอาดมืออยู่เสมอ ในส่วนของนายกฯ ซูลบาร์กของนอร์เวย์ พร้อมด้วยรัฐมนตรีฝ่ายครอบครัวและเยาวชน ก็ได้ตั้งใจตอบคำถามของเด็ก ๆ ที่มีความกังวลใจกับสถานการณ์ดังกล่าวโดยเฉพาะเช่นกัน โดยนายกฯ ซูลบาร์กปลอบโยนเด็ก ๆ ในนอร์เวย์ว่า “มันไม่เป็นไรหรอกนะที่หนู ๆ จะรู้สึกกลัว เมื่อมีอะไรหลายอย่างเกิดขึ้นมากมายในตอนนี้นะ โปจนถึงการตอบว่าแค่เด็ก ๆ อยู่บ้านกับครอบครัวก็ถือเป็นการช่วยเหลือประเทศได้แล้ว เมื่อเด็กนอร์เวย์ถามว่า “What can I do to help?”

“Be Strong, Be Kind, We Will Be OK.”

จาซินดา อาร์เดิร์น (Jacinda Ardern)
นายกรัฐมนตรีนิวซีแลนด์

ไม่อนุญาตให้ชาวต่างชาติที่เดินทางหรือเปลี่ยนเครื่องจากจีนแผ่นดินใหญ่เข้าประเทศ หรือหากเป็นชาวนิวซีแลนด์หรือชาวต่างชาติอื่น ๆ ที่เดินทางเข้าประเทศต้องทำการกักตัวอย่างจริงจัง 14 วัน คือมาตรการเตรียมรับมือกับเชื้อไวรัสที่ตัดสินใจอย่างรวดเร็วล่วงหน้าก่อนถึง 1 เดือนกว่าจะเจอผู้ติดเชื้อรายแรกในแดนกีวี

ต่อมาเมื่อสถานการณ์ทั่วโลกย่ำแย่ลง นายกรัฐมนตรีนิวซีแลนด์ จาซินดา อาร์เดิร์น (Jacinda Ardern) ก็ได้ทำการสั่งปิดพรมแดนตั้งแต่วันที่ 19 มีนาคม ซึ่งในขณะนั้นพบผู้ติดเชื้อในประเทศเพียง 28 คนเท่านั้น แต่เพราะผู้ป่วยทุกรายมีประวัติการเดินทางมาจากต่างประเทศ นายกฯ หญิงจึงเลือกตัดไฟตั้งแต่ต้นลมเพื่อสกัดกั้นการแพร่ระบาดที่อาจลุกลามและส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคนทั้งประเทศ จนต่อมาเมื่อพบการติดเชื้อภายในประเทศครั้งแรกในวันที่ 23 มีนาคม ซึ่งหมายถึงว่าจะควบคุมการติดเชื้อต่อจากนี้ได้อย่างขึ้น สามวันถัดมา นิวซีแลนด์ก็ประกาศภาวะฉุกเฉินและทำการล็อกดาวน์ทั่วประเทศเป็นเวลา 1 เดือนทันที ผลของการเลือกตัดสินใจที่รวดเร็วและเด็ดขาดนี้ ทำให้



จริง ๆ แรกตอนนี่จะมีเรื่องที่น่าหวาดหวั่นและคาดเดาไม่ได้เกิดขึ้น แต่สิ่งที่เกิดขึ้นแน่ก็คือ ประเทศของเราเคยผ่านบททดสอบความยากลำบาก ความรุนแรง และเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมายมาแล้ว และในตอนที่เรายังช่วยดูแลกันและกัน ใส่ใจต่อผู้ที่อ่อนแอที่สุด จุดนี้เองคือสิ่งที่หล่อหลอมชาวนิวซีแลนด์ทั้งหมดให้เราได้แสดงตัวตนที่ดีที่สุดของเราออกมา



นิวซีแลนด์มียอดผู้ป่วยสะสมและจำนวนผู้เสียชีวิตที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับหลายประเทศทั่วโลก และอัตราการแพร่เชื้อก็ลดลงอยู่ที่ 1 ต่อ 0.48 เท่านั้น จนเมื่อปลายเดือนเมษายนที่ผ่านมา นิวซีแลนด์ก็สามารถผ่อนปรนมาตรการล็อกดาวน์ได้สำเร็จ นายกฯ อาร์เดิร์นเรียกชื่อทีมต่อสู้โรคโควิด-19 ในครั้งนี้ว่า “ทีม 5 ล้านคนของเรา” ซึ่งเป็นจำนวนของประชากรทั้งประเทศ พร้อมยกย่องความสำเร็จให้แก่ทีมแพทย์ พยาบาล บุคลากรด้านสาธารณสุข และชาวกีวีทุกคนที่ช่วยกันปฏิบัติตามกฎกติกาในขณะล็อกดาวน์ให้ผ่านพ้นไปได้ด้วยดี

นอกจากคำชื่นชมต่อภาวะผู้นำของนายกฯ หญิงแดนกีวีที่ตัดสินใจต่อภาวะวิกฤตได้อย่างรวดเร็วและเด็ดขาดแล้ว ทักษะการสื่อสารและการรู้จักปลอบประโลมใจประชาชนที่แสดงออกให้เห็นทั้งในแถลงการณ์ผ่านทีวีและการตอบคำถามไลฟ์สดผ่านเฟซบุ๊กในชุดอยู่บ้านสบาย ๆ ก็สามารถช่วยคลายความกังวลใจให้คนในประเทศได้อย่างอบอุ่นราวกับเป็นคนในครอบครัวเดียวกันจริง ๆ พร้อมทั้งมาตรการช่วยเหลือต่าง ๆ และการประกาศลดเงินเดือนของตัวเองและคณะรัฐบาลลง 20% เป็นเวลา 6 เดือนเพื่อนำเงินดังกล่าวมาช่วยเหลือเยียวยาประชาชนก็สามารถสร้างขวัญกำลังใจให้คนในประเทศอุ่นใจได้ว่ารัฐบาลจะคอยซัพพอร์ตพวกเขาต่อจากนี้ นอกเหนือจากนั้นแล้ว สิ่งหนึ่งที่นายกฯ อาร์เดิร์นคอยพูดย้ำเตือนประชาชนบ่อยครั้งเพื่อส่งต่อพลังบวกให้กันและกันก็คือ

“Be strong, be kind” พร้อมฝากให้ทุกคนดูแลเพื่อนบ้านและช่วยเหลือกันให้มากที่สุด

“แม้ตอนนี้จะมีเรื่องที่น่าหวาดหวั่นและคาดเดาไม่ได้เกิดขึ้น แต่สิ่งที่ดิฉันแน่ใจก็คือประเทศของเราเคยผ่านบททดสอบความยากลำบาก ความรุนแรง และเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมายมาแล้ว และในตอนที่เรายังช่วยดูแลกันและกัน ใส่ใจต่อผู้ที่อ่อนแอที่สุด จุดนี้เองคือสิ่งที่หล่อหลอมชาวนิวซีแลนด์ทั้งหมดให้เราได้แสดงตัวตนที่ดีที่สุดของเราออกมา” จาซินดา อาร์เดิร์น นายกรัฐมนตรีนิวซีแลนด์กล่าวไว้ก่อนการประกาศล็อกดาวน์ จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมนายกฯ หญิงจากแดนกีวีที่สามารถเป็นทั้งผู้นำที่เด็ดขาด พร้อม ๆ กับการแสดงความเห็นอกเห็นใจและส่งต่อพลังบวกคนนี้ถึงได้ใจคนทั้งประเทศและได้รับเสียงชื่นชมจากนานาชาติอย่างต่อเนื่อง

เข้าใจวัยรุ่น

ตำแหน่งผู้นำหญิงอายุน้อยที่สุดในโลกของนายกฯ อาร์เดิร์น ตกไปอยู่กับนายกรัฐมนตรีฟินแลนด์อย่าง ซันนา มาริน (Sanna Marin) ผู้นำหญิงที่มีอายุเพียง 34 ปีเท่านั้นเมื่อครั้งที่เธอชนะการเลือกตั้งในปีที่ผ่านมา โดยกลยุทธ์ฝ่าฝันกับวิกฤตครั้งนี้ของฟินแลนด์ภายใต้ผู้นำหญิงวัยมิลเลนเนียล เธอเลือกใช้ความเข้าใจวัยรุ่น โดยขอความร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์ในโลกอินเทอร์เน็ตให้ช่วยกันกระจายข่าวสารและข้อมูลที่ถูกต้องจากทางภาครัฐเพื่อส่งต่อไปยังชาวฟินแลนด์อย่างทั่วถึง เพราะเธอเข้าใจว่าการแถลงการณ์จากภาครัฐผ่านช่องทีวีไม่ได้เข้าถึงคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ โซเชียลมีเดียจึงเป็นอีกช่องทางในการสื่อสารกับคนที่ยาวุน้อยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า “หากเราขอความร่วมมือกับเด็กมัธยมปลายที่มีผู้ติดตามราว 1 พันคนเพื่อช่วยแบ่งปันข้อมูลที่ถูกต้อง ก็นับเป็นการช่วยเหลือที่มีค่าเช่นกัน” ซิอีโอของ PING Helsinki หน่วยงานด้านสื่อจากภาคเอกชนที่ร่วมมือกับรัฐบาลของมารินกล่าว



“This Success Is No Coincidence.”

ไซ อิงเหวิน (Tsai Ing-wen)
ประธานาธิบดีไต้หวัน



หากไต้หวันมีโอกาสได้เป็นหนึ่งในสมาชิกสหประชาชาติและองค์การอนามัยโลก ไต้หวันคงเป็นประเทศที่ได้รับการยกย่องว่ารับมือกับโรคไวรัสโควิด-19 ได้ดีที่สุดอย่างไม่ต้องสงสัย แต่ถึงจะไม่ได้รับการเอ่ยนามหรือถูกพูดถึงจาก 2 องค์กรใหญ่ สื่อทั่วโลกต่างก็ออกมายกย่องและชื่นชมแล้วว่า ไซ อิงเหวิน (Tsai Ing-wen) ประธานาธิบดีไต้หวัน สามารถรับมือกับวิกฤตครั้งนี้ได้อย่างดีเยี่ยมแม้จะต้องลุยเดี่ยวก็ตาม

อาจเรียกได้ว่าไต้หวันใช้บทเรียนเจ็บแล้วจำในครั้งเมื่อโรคซาร์ส (SARS) ระบาดใหญ่ในปี 2003 ซึ่งเกิดจากการที่รัฐบาลจีนบอกความจริงไม่หมด จนทำให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคอย่างเลวร้ายไปหลายภูมิภาคทั่วโลก ซึ่งแน่นอนว่าไต้หวันก็เสียหายไปไม่น้อย ดังนั้นเมื่อได้ยินข่าวโรคปริศนาที่สร้างความเสียหายกับระบบทางเดินหายใจที่พบในเมืองอู่ฮั่นเป็นครั้งแรก ตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมา รัฐบาลไต้หวันภายใต้การนำของประธานาธิบดีอิงเหวินก็ไม่รอช้าและเริ่มจับตาเฝ้าระวังตัวเป็นพิเศษ ถึงขั้นสั่งให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิและสังเกตอาการของผู้ที่เดินทางมาจากอู่ฮั่นตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคมปีที่แล้ว ทั้ง ๆ ที่รัฐบาลจีนยังไม่เคยออกมาพูดด้วยซ้ำว่าเชื้อไวรัสสามารถติดต่อผ่านคนสู่คนได้หรือไม่ แต่เพราะไต้หวันเคยได้บทเรียน

ราคาแพงมาแล้วว่า รัฐบาลจีนอาจปิดข้อมูลบางอย่าง เมื่อจีนออกมาประกาศว่าเชื้อไวรัสนี้แพร่มาจากสัตว์สู่คน และไม่พบหลักฐานชัดเจนว่าสามารถติดต่อจากคนสู่คนได้ ทีมงานไต้หวันก็เข้าไปสำรวจกลุ่มคนไข้ในอู่ฮั่นขณะนั้นกลับตั้งข้อสันนิษฐานว่ามีความเป็นไปได้สูงที่เชื้อไวรัสนี้สามารถติดต่อจากคนสู่คน ทำให้ในวันที่ 15 มกราคม รัฐบาลไต้หวันเพิ่มความระมัดระวังอีกขั้นด้วยการขึ้นบัญชีโรคติดต่อปริศนา หากโรงพยาบาลใดตรวจพบต้องรายงานกลับมายังรัฐบาลภายใน 24 ชั่วโมง ซึ่งมาตรการเฝ้าระวังทั้งหมดนี้เกิดขึ้นก่อนที่จะมีคนติดเชื้อที่ได้หัวนเสียอีก แกรมไต้หวันยังก้าวรุดหน้าองค์การอนามัยโลก (WHO) ไปถึง 15 วัน กว่าที่จะประกาศการระบาดของโรคโควิด-19 เป็นภาวะฉุกเฉินระดับโลกในวันที่ 30 มกราคม นอกจากนั้นหลังการประกาศล็อกดาวน์ของเมืองอู่ฮั่น รัฐบาลไต้หวันก็สั่งระงับการส่งออกของหน้ากากอนามัยทั้งหมดเพื่อเตรียมสำรองใช้กับประชาชนในประเทศ พร้อมเร่งการผลิตหน้ากากอนามัยให้เพียงพอต่อบุคลากรทางการแพทย์และชาวไต้หวัน ควบคุมราคาที่เป็นธรรม อีกทั้งยังคิดค้นแอปพลิเคชันให้ประชาชนได้ตามหาซื้อหน้ากากอนามัยได้แบบเรียลไทม์อีกด้วย

“ความสามารถของมนุษย์ที่ร่วมมือกันเอาชนะความท้าทายต่าง ๆ นั้นไร้ขีดจำกัด” ประธานาธิบดีไซ อิงเหวิน เขียนไว้ในบทความที่พูดถึงการรับมือกับโควิด-19 ในเว็บไซต์นิตยสาร Time เมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา โดยยอดผู้ป่วยสะสมที่น้อยกว่า 400 คน (ข้อมูลวันที่ 14 เมษายน 2020) ก็ถือเป็นตัวเลขที่ชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของรัฐบาลไต้หวันในการรับมือต่อโรคระบาดนี้ได้เป็นอย่างดีแน่นอนว่าประธานาธิบดีอิงเหวินไม่ลืมที่จะยกย่องความสำเร็จให้กับทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน บุคลากรทางการแพทย์ และประชาชน ซึ่งเธอเรียกทีมเวิร์กนี้ว่า “ทีมไต้หวัน” ที่สามารถร่วมกันฝ่าฟันและต่อสู้กับเชื้อไวรัสนี้จนควบคุมสถานการณ์ในประเทศเอาไว้ได้ และแม้เธอจะกล่าวว่าไต้หวันไม่ได้รับความเป็นธรรมจาก 2 องค์กรระดับโลกข้างต้น แต่ประเทศของเธอก็พร้อมจะแบ่งปันข้อมูล ความรู้ และเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่สามารถช่วยเหลือผู้คนทั่วโลกในการฝ่าฟันวิกฤตครั้งนี้ต่อไปด้วย

พลังหญิง หรือ แคโซดัก

มาถึงตรงนี้หลายคนอาจตั้งข้อสงสัยได้ว่าที่ประเทศเหล่านี้สามารถผ่านพ้นวิกฤตโรคโควิด-19 ไปได้ อาจไม่ใช่เพราะปัจจัยของการมีผู้นำเป็นผู้หญิง ส่วนสำคัญอาจจะอยู่ที่ความซื่อสัตย์ทางด้านการจัดการเมือง สังคม ภูมิศาสตร์ ตลอดจนทรัพยากรที่มีพร้อมมากกว่าบางประเทศ แต่ผู้นำที่ดีก็ต้องเป็นที่พึ่งให้กับประชาชนได้ในยามยาก ยิ่งในช่วงที่คนในประเทศต่างหวาดวิตกกับเหตุการณ์ที่น่าหวาดหวั่น อำนาจทั้งหมดในมือที่ประชาชนมอบให้กับคณะผู้นำก็ต้องถึงเวลาแสดงศักยภาพออกมาให้ประชาชนได้ประจักษ์ว่าพวกเขาเลือกคนไม่ผิดแน่นอนว่าผู้นำที่ดีคงไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพศสภาพ แต่ผู้นำที่ดีในเวลานี้น่าจะพิสูจน์ได้ด้วยการที่สามารถนำพาประเทศชาติและประชาชนรอดพ้นวิกฤตครั้งนี้ไปได้โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง และอาจจะเป็นแค่เรื่องบังเอิญก็ได้ว่า ผู้นำหญิงเหล่านี้สลับผ่าน (แม้ตอนนี้โลกจะมีผู้หญิงเป็นผู้นำประเทศเพียงร้อยละ 7 เท่านั้น) แต่ที่แน่ ๆ คนทั่วโลกในตอนนี้ก็ได้รับรู้แล้วว่า ผู้นำประเทศของพวกเขามีภาวะผู้นำที่ดีพอที่จะฝ่ากอนาคตของชาติและของพวกเขาคือต่อไปได้อีกหรือไม่ CT

ที่มา : บทความ “Denmark’s children return to school as government plans to further ease coronavirus restrictions” (15 เม.ย. 2020) จาก foxnews.com / บทความ “Finland tops social media influencers during coronavirus crisis” (31 มี.ค. 2020) จาก politico.eu / บทความ “Merkel warns coronavirus crisis ‘still just the beginning’” (23 เม.ย. 2020) จาก bbc.com / บทความ “Norway PM tells kids: ‘It is OK to feel scared’ during coronavirus” (16 มี.ค. 2020) จาก reuters.com / บทความ “President of Taiwan: How My Country Prevented a Major Outbreak of COVID-19” (16 เม.ย. 2020) จาก time.com / บทความ “What Do Countries With The Best Coronavirus Responses Have In Common? Women Leaders” (13 เม.ย. 2020) จาก forbes.com / บทความ “Women leaders are doing a disproportionately great job at handling the pandemic. So why aren’t there more of them?” (16 เม.ย. 2020) จาก edition.cnn.com / บทความ “เตรียมล่วงหน้า สังก่อนสาย สุดสำเร็จสู้โควิด 19 ของนิวซีแลนด์” (10 เม.ย. 2020) จาก ilaw.or.th / บทความ “องค์การอนามัยโลก การเมือง ‘จีนเดียว’ ใน WHO ทำโควิด-19 ระบาดหนัก” (9 เม.ย. 2020) จาก thepeople.co



ดร.มหัสธ ว่องผาติ

กับการกิจส่งหุ่นยนต์เซฟคุณหมอ ของ CU-RoboCovid

เรื่อง : ปิยพร อรุณเกรียงไกร | ภาพ : สุรเชษฐ์ โสภารัตนดิลก

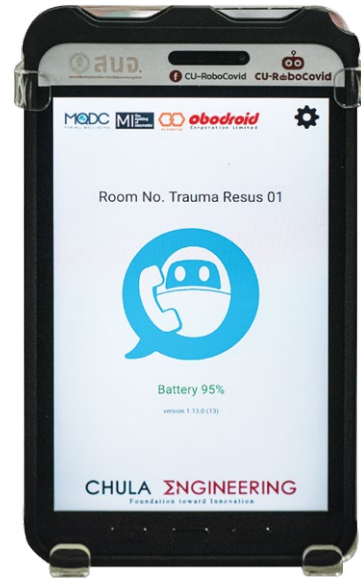
ผ่านมาประเด็นเรื่องหุ่นยนต์และ AI จะแย่งงานมนุษย์เป็นที่ถกเถียงกันแพร่หลาย และสร้างความกังวลให้กับทุกวิชาชีพ แต่กลายเป็นว่าเมื่อทั่วโลกเผชิญกับความท้าทายรอบด้านจากโรคระบาดโควิด-19 เราได้เห็นการระดมเทคโนโลยีหุ่นยนต์ไปช่วยเหลือบุคลากรทางการแพทย์ ซ้ำอยู่ “ด้านหน้า” ของการปะทะกับโรคอุบัติใหม่นี้

ดร.มหัสธ ว่องผาติ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายเทคโนโลยี บริษัท Obodroid และประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท HG Robotics พาเราย้อนกลับไปยัมจุเริ่มต้นของโครงการ CU-RoboCovid ที่กลุ่มนิสิตเก่าและทีมวิจัยคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับบริษัท HG Robotics และ Obodroid ได้ตั้งเป้าที่จะผลิตหุ่นยนต์ช่วยเหลือทางการแพทย์จำนวน 200 ตัว เพื่อมอบให้กับโรงพยาบาลทั่วประเทศ ผ่านการเปิดรับบริจาค นับตั้งแต่วันที่ประเทศไทยยังไร้มาตรการล็อกดาวน์ จำนวนผู้ติดเชื้อทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สวนทางกับอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีจำกัด

จุดเริ่มต้นของโครงการ CU-RoboCovid คืออะไร

โครงการนี้เริ่มต้นประมาณวันที่ 12-13 มีนาคม รุ่นพี่คณะเราเห็นตัวเลขของผู้ติดเชื้อโรคระบาดกำลังพุ่งสูงขึ้น เราทำงานเกี่ยวกับหุ่นยนต์และได้พูดคุยกับคุณหมอว่าเราจะช่วยเหลืออะไรได้บ้าง วันที่ 15 คุณหมอได้กรุณาให้เราไปที่โรงพยาบาล ตอนนั้นเราไม่รู้ว่าด้วยซ้ำว่าเขาจะพาเข้าไปในวอร์ดของผู้ป่วยโควิด-19 ซึ่งเป็นผู้ป่วยคนแรก ๆ ที่อยู่ในห้องแยกโรคความดันลบ (Negative Pressure Room) เราได้เห็นว่าคุณปวยยังช่วยเหลือตัวเองได้ตามปกติ แต่หมอและพยาบาลที่เข้าไปตรวจจะต้องใส่ชุดป้องกันโรคติดต่อ (PPE) และเปลี่ยนใหม่ทุกครั้ง ถ้าลืมหรือต้องการอุปกรณ์เพิ่ม คนที่ต้องเข้าไปก็ต้องใส่ชุดใหม่ ซึ่งเป็นความยุ่งยาก เรื่องที่สองคือ จะทำอย่างไรให้คุณหมอสามารถเดินตรวจคนไข้ที่ติดเชื้อมองคนไข้รุนแรงได้ โดยไม่ต้องเข้าไปเอง เพื่อลดความเสี่ยงของคุณหมอด้วย และสามารถจัดส่งอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้กับคนไข้ได้ในระหว่างการตรวจ เลยกลายเป็น 2 โจทย์หลัก คือ อุปกรณ์ส่งข่าวส่งน้ำให้กับคนไข้ และอุปกรณ์ที่ทำให้บุคลากรทางการแพทย์พูดคุยกับคนไข้ได้ หรือระบบการสื่อสารทางไกล (Telepresence)

พอได้โจทย์แล้ว เราก็กลับมาที่คณะ เอาของในห้องแล็บมาทำต้นแบบอันแรก ใช้เวลาประมาณ 2 วัน แล้วเอาไปทดสอบที่สถาบันการแพทย์จักรีนฤเบดินทร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี ให้พยาบาลลองบังคับหุ่นยนต์ส่งของ แล้วนำฟีดแบ็กมาปรับปรุง หลังจากนั้นเราได้นำหุ่นยนต์ไปทดสอบในโรงพยาบาลอีก 2-3 แห่ง และแก้ไขจนเป็นต้นแบบของหุ่นยนต์ในตอนนี



ใช้เวลาพัฒนาหุ่นยนต์แต่ละตัวนานแค่ไหน

“ปิ่นโต” เป็นหุ่นยนต์ส่งของที่ค่อนข้างเรียบง่าย เหมือนกับถาดสแตนเลสที่บังคับได้ มีฟังก์ชันที่ค่อนข้างชัดเจน ใช้เวลาพัฒนาต้นแบบประมาณ 3 วัน เพราะเราไม่ได้ทำโครงสร้างเหล็กขึ้นมาเอง แต่ซื้อรถเข็นสำเร็จรูปสำหรับใช้ในโรงพยาบาลมาดัดแปลง และนำไปทดสอบทันที เรามีจริงต้นแบบที่ใช้ในการแข่งขันหุ่นยนต์อยู่แล้ว และมีอุปกรณ์บางอย่างที่บริษัท HG Robotics ใช้ในการผลิตโดรน ก็นำมาใช้เป็นอุปกรณ์ตั้งต้น แล้วเลือกว่าจะเอาส่วนไหนมาเป็นอุปกรณ์ในการผลิตจริง แล้วออกมาเป็นหุ่นยนต์ขนาดไม่ใหญ่เกินไป สามารถเคลื่อนไหวในพื้นที่ค่อนข้างแคบได้ เพราะพื้นที่ในโรงพยาบาลส่วนใหญ่จะมีความวุ่นวายระดับหนึ่ง ถ้าหุ่นตัวใหญ่มาก น้ำหนักมาก ก็จะใช้เงินลำบาก ส่วนซอฟต์แวร์กับหุ่นยนต์กระจกที่เป็นระบบสื่อสารทางไกลผ่านแท็บเล็ต (Telepresence) เราก็พัฒนาควบคู่กันมา เวอร์ชันแรกใช้เวลา 2 สัปดาห์ ตอนนั้นระบบของเราค่อนข้างเสถียรแล้ว และใช้งานหลักในโรงพยาบาลที่ดูแลผู้ป่วยโควิด-19

ฟังก์ชันหลักของหุ่นยนต์กระจกคืออะไร

เหมือนกับ VDO Intercom ครับ คุณหมอโทรคุยกับคนไข้ได้เลย โดยที่คนไข้ไม่ต้องรับสาย และไม่สามารถใช้งานหน้าจอได้ ซึ่งตรงนี้ก็ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละโรงพยาบาลว่าอยากให้คุณหมอโทรเข้ามาได้หรือเปล่า ซอฟต์แวร์ที่เราพัฒนาขึ้นสามารถออกแบบเฉพาะแยกตามวอร์ดของโรงพยาบาลได้ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของแต่ละโรงพยาบาล เช่น สถาบันการแพทย์จักรีนฤเบดินทร์เริ่มจากติดตั้งในวอร์ด แล้วย้ายไปห้องฉุกเฉิน (ER) ตอนนี้ใช้ในห้องผ่าตัด และดัดแปลงการใช้งานไปเรื่อย ๆ ถามว่าทำไมไม่ใช้ LINE, Zoom หรือ Google Meet เหตุผลง่าย ๆ คือการเชื่อมต่อมันไม่สะดวก เราตั้งใจให้ได้ภาพที่มีคุณภาพสูงและชัดมากพอ เพื่อให้โรงพยาบาลใช้งานได้สะดวก เราเลือกแท็บเล็ตรุ่นที่ทนทาน กันน้ำได้ ตกไม่แตก และทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อที่ค่อนข้างแรงได้



จริง ๆ แล้วหุ่นยนต์ออกแบบมาสำหรับงานประเภท 3D ตั้งแต่แรก คือ งานที่ น่าเบื่อ (Dull) สกปรก (Dirty) และ อันตราย (Dangerous) ซึ่งโรคโควิด-19 มันมีครบทั้งสามอย่าง หุ่นยนต์เลยตอบโจทย์และลงตัว ”

หัวใจสำคัญของการออกแบบหุ่นยนต์สำหรับช่วยบุคลากรทางการแพทย์ในการรับมือกับโรคระบาดคืออะไร

เราตั้งใจออกแบบให้คนหมอและพยาบาลสามารถใช้งานได้ง่ายมาก ๆ ภายใน 5 นาที ก็เลยใช้ระบบบังคับด้วยมือซึ่งควบคุมค่อนข้างง่าย ตอนทำหุ่นยนต์ตัวแรก เราคิดว่าแบตเตอรี่ต้องอยู่ได้นานไหม ชาร์จได้ไหม คุณพยาบาลบอกว่าอย่าให้เขาต้องเปลี่ยนแบตเตอรี่เองเลย เพราะมันจะเสีย เราเลยใช้แบตเตอรี่ที่ใหญ่ขึ้น ไม่ต้องเปลี่ยน จากนั้นก็คิดว่าเขาจะล้างอย่างไร ทีนี้เราจะทำให้สวยๆ ใส่ไฟเบอร์กลาสไม่ได้แล้ว เราเลยใช้สแตนเลส เพราะมันฉัดล้างน้ำได้เลย ไม่เสีย สาเหตุที่มันไม่สวย เพราะว่ามันกันน้ำได้ทั้งแท็บเล็ตและตัวหุ่นยนต์

สาเหตุที่เราไม่ได้สร้างหุ่นยนต์ระบบอัตโนมัติคือ พื้นที่ในโรงพยาบาลค่อนข้างซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น ย้ายโต๊ะ การทำหุ่นยนต์อัตโนมัติจึงค่อนข้างยากและไม่สะดวก การพัฒนาระบบอัตโนมัติโดยที่คนไม่ต้องเข้าไปยุ่งเลย แปลว่า AI ต้องก้าวหน้ามาก ๆ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีหุ่นยนต์ตัวไหนทำได้ หุ่นยนต์อัตโนมัติในตอนนี้ทำได้เฉพาะงานที่เฉพาะเจาะจงมาก ๆ เพราะฉะนั้นการสร้างหุ่นยนต์อัตโนมัติสำหรับใช้ในโรงพยาบาลที่เต็มไปด้วยอุปกรณ์ เราต้องออกแบบทุกอย่าง ซึ่งพ่วงนี้สภาพแวดล้อมอาจเปลี่ยนไปแล้ว ฉะนั้นมันจะต้องไม่สร้างภาระให้กับคนควบคุม และคุณหมอและพยาบาลยังต้องได้ทำหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่ หุ่นยนต์ปีโบ้จึงถูกใช้ให้ส่งข้าวส่งน้ำเป็นหลัก เพื่อแก้ปัญหาไม่ให้หมอหรือพยาบาลต้องคอยใส่ชุด PPE ซึ่งใช้เวลาเปลี่ยนชุดหนึ่ง 15-20 นาที

ปัญหาที่พบบ่อยในโปรเจกต์นี้คืออะไร

เราอยากพัฒนาของที่สมบูรณ์แบบ แต่ด้วยเวลาจำกัด มันจึงเป็นไปได้ไม่ได้ ในทางปฏิบัติ เราต้องตัดสินใจให้ได้ว่าจุดนี้โอเคแล้ว และก็ตัดสินใจเลยเพื่อไปพัฒนาอย่างอื่นต่อ ตอนนั้นเราพยายามแก้ไขและทำตัวต้นแบบให้ได้เร็ว ๆ เนื่องจากยอได้รับบริจาคเข้ามาค่อนข้างเยอะ เรามีเป้าหมายว่าจะทำหุ่นยนต์ประมาณ 200 ตัว ปัญหาต่อมาคือ การผลิตของอย่างเดียวกัน 200 ชิ้น แปลว่าต้องใช้มอเตอร์ 400 ตัว ล้อ 400 ล้อ รีโมท 200 อัน ทุกอย่างคุณ 200 หหมด แต่เรามีซัพพลายในประเทศไม่พอ เราจะเอาซัพพลายจากต่างประเทศเข้ามาได้อย่างไร นี่ก็เป็นอีกความท้าทายหนึ่ง แต่เนื่องจากบริษัท HG Robotics มีซัพพลายเออร์ที่พร้อมจะช่วยเหลือที่ พร้อมเร่งการผลิตเพื่อจัดส่งมาให้ทันเวลา ตอนนั้นเราจึงได้ขอสำหรับทำหุ่นยนต์ 100 ตัวแรกมาแล้ว และกำลังจะเตรียมของสำหรับการผลิตอีก 100 ตัว



ทำไมเราไม่ซัพพลายเออร์ในประเทศไม่เพียงพอ

ของที่เราใช้กันอยู่ มันไม่มีอะไรผลิตในประเทศไทยเลย พอเกิดวิกฤต เราไม่มีอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีมอเตอร์ เรามีแบตเตอรี่บ้าง แต่ก็ไม่ใช่แบตเตอรี่ที่ใช้งานทั่วไป ส่วนใหญ่สินค้าที่ใช้ก็ผลิตจากจีนเกือบหมด การสร้างหุ่นยนต์ตัวนี้เราผลิตโครงสร้างในไทยได้ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และวงจรบางส่วนทำขึ้นในประเทศ แต่ถ้าเราลืงลึกลงไปจริง ๆ จะพบว่าไอทีมาจากเมืองนอกซึ่งมันเป็นเหมือนกันหมดแทบทุกประเทศ ไม่ใช่แค่ประเทศไทย

เอกชนและภาครัฐควรลงทุนสนับสนุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมากขึ้นหลังจากนี้

จริง ๆ แล้วหุ่นยนต์ออกแบบมาสำหรับงานประเภท 3D ตั้งแต่แรก คือ งานที่น่าเบื่อ (Dull) สกปรก (Dirty) และอันตราย (Dangerous) ซึ่งโควิด-19 มันมีครบทั้งสามอย่าง หุ่นยนต์เลยตอบโจทย์และลงตัว แต่จะอย่างไรให้ผลิตออกมาได้เร็ว

ถ้าดูงบการวิจัยและพัฒนา (R&D) ของบริษัทหรือหน่วยงานไทย จะเห็นว่าตัวเลขมันต่ำมาก เพราะฉะนั้นถ้าเราอยากจะสร้างเทคโนโลยีได้เอง แต่ตัวเลขไม่ขยับขึ้น มันก็จะเกิดขึ้นได้ยาก เทคโนโลยีเหล่านี้ต้องผ่านการลองผิดลองถูก ถ้าเราไม่มีงบประมาณจากคณะและเงินบริจาคมา



ตอบใจทยื่อนั้น ไมม่ใครอยากรทำงานที่สกปรก อันตราย น้าเบื้ออยู่แล้ว แต่เขาไม่มีทางเลือก

สนับสนุน เราจะไม่สามารถผลิตหุ่นยนต์ด้วยมือได้เยอะขนาดนี้ และบริษัทเราก็ลองผิดลองถูกมาเยอะมากจนรู้ว่าอะไรไม่ควรทำ ทำให้เราพัฒนาหุ่นยนต์ได้เร็ว แต่มันก็ยังมีข้อผิดพลาดอยู่ เราก็ต้องยอมรับความผิดพลาดนำมาแก้ไข แล้วไปต่อ

มีแผนจะพัฒนาเทคโนโลยีหุ่นยนต์หรือ AI ที่ใช้ในการแพทย์ด้านอื่นบ้างไหม ถ้าเกิดโรคระบาดใหญ่อีกในอนาคต

ทางจุฬา มีหุ่นยนต์ทางการแพทย์หลายตัว เช่น น้องนินจา ซึ่งมีเครื่องวัดอุณหภูมิด้วย มีหลายคนพยายามทำอยู่แล้ว ผัง CU-Robocovid ไฟกัสนกับการพัฒนา “ปิ่นโต” ที่ใช้รับส่งยา อาหาร และอุปกรณ์ต่าง ๆ กับระบบการพูดคุยกับคนไข้เป็นหลัก ส่วนพี่เจอรุ่นอื่นสามารถเพิ่มได้ในอนาคต เพราะเรามีแท็บเล็ตที่มีกำลังสูงพอ ซึ่งคงเป็นหลังจากที่เราเคลียร์ในส่วนของเงินบริจาคและกระจายหุ่นยนต์ไปยังโรงพยาบาลต่าง ๆ แล้ว และหวังว่าหุ่นยนต์เหล่านี้จะเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยให้คุณหมอและพยาบาลเห็นว่าเทคโนโลยีช่วยทั้งการรักษาและช่วยปกป้องตัวคุณหมอ คนไข้ และคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ที่ผ่านมาคนกังวลว่าหุ่นยนต์จะมาแย่งงาน แต่ตอนนี้หุ่นยนต์กลายเป็นฮีโร่ที่ช่วยเหลือนุญญ์แทน คิดว่ามุมมองเกี่ยวกับหุ่นยนต์จะเปลี่ยนไปอย่างไร

มันก็ชัดเจนว่าเราไม่สามารถทนเชื้อโรคได้ คนที่ทำอาชีพที่อันตราย น้าเบื้อและสกปรก เขาควรได้รับโอกาสที่ดีขึ้น เรามีบุคลากรทางการแพทย์ไม่พอและไม่ควรเข้าไปเสี่ยง ก็เอาหุ่นยนต์เข้าไปจัดการแทน เพราะฉะนั้นผมคิดว่า จะ “แย่งงาน” หรือ “ช่วยให้ทุกอย่างมันดีขึ้น” มันขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละคนมากกว่า ถ้าวันนี้นั้หุ่นยนต์ไปทดแทนคนที่ต้องทำความสะอาดถนนที่รถวิ่งเร็วมาก ๆ แล้วให้เขาเปลี่ยนมาควบคุมหุ่นยนต์หรือเป็นคนดูแลหุ่นยนต์ ได้ทำงานในสถานที่ที่ปลอดภัยกว่านี้ โดยไม่ต้องเอาชีวิตตัวเองเข้าไปเสี่ยง ถ้ามองในมุมนั้นได้ ผมว่าทุกคนจะเข้าใจว่าเทคโนโลยีจะ

นักวิเคราะห์บางคนมองว่าโควิด-19 เป็นตัวปั่นป่วนโลกในทุกมิติ (Disruptor) หรือไม่กี่เป็นตัวเร่ง (Accelerator) ที่กระตุ้นให้คนต้องปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลเร็วขึ้น คุณคิดเห็นอย่างไร

ผมมองว่าเป็นตัวเร่ง และเป็นตัวบังคับเลือกโดยปริยาย เพราะว่ามันไม่มีตัวเลือกอื่น ณ ตอนนี จริง ๆ แล้ว เราไม่ได้อยากให้เกิดโรคระบาด แต่ถ้ามันเกิดขึ้นแล้ว คนที่พร้อมจัดการกับมัน ก็คือคนที่ดูแลเทคโนโลยีเหล่านี้อยู่ก่อนหน้านั้นงานที่อันตราย สกปรก หรือน้าเบื้อ เราก็พินทนทำไปในระดับหนึ่งใช่ไหมครับ แต่ถ้าเราต้องไปยุ่งกับโรคที่เป็นอันตรายถึงชีวิต กลายเป็นว่าเราไม่เลือกหนทางในการป้องกันตัวเอง การใช้หุ่นยนต์ก็จะดูเมกเซนส์ขึ้นทันทีจากที่คนเคยมองว่าเป็นเรื่องไร้สาระ

ระบบสาธารณสุขไทยยังมีส่วนไหนที่ต้องแก้ไขหรือเสริมด้วยเทคโนโลยีใหม่ หรือเราควรมีนวัตกรรมแบบไหนเป็นมาตรฐานของงานบริการสาธารณสุข

ผมคิดว่าสาธารณสุขของบ้านเรา “ดีและอยู่สบายมาก ๆ เมื่อเทียบกับที่อื่น” บุคลากรทางการแพทย์ของเรามีคุณภาพค่อนข้างดีมากอยู่แล้ว ภาพที่เหลือดคงเป็นเรื่องสิ่งที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมให้พวกเขาทำงานในสถานการณ์แบบนี้ได้อย่างที่ควรจะเป็น ทั้งจากข้างบน ข้างล่าง และจากรอบข้าง ความมั่นคงด้านสาธารณสุขควรจะชัดเจน เพราะบุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลต่างจังหวัด เขาทำงานกันเกิน 120% อยู่แล้ว ฉะนั้นมันไม่ใช่แค่เรื่องนวัตกรรม แต่เราต้องมีระบบการจัดการ และนโยบายรัฐอีก

ถ้าอย่างนั้นเราจำเป็นต้องกระจายเทคโนโลยีไปให้ถึงคนทุกกลุ่มมากที่สุดใช้ไหม

ใช่ครับ จริง ๆ โครงการหุ่นยนต์ของเราทำมาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลความรู้ตั้งแต่วันแรกที่ผมกับคุณสุชุม สัตตธัตตนาชัย หนึ่งในทีมงานไปเก็บข้อมูลที่โรงพยาบาล เราทำฟรีเซนเตชันแล้วส่งให้กับกลุ่มคนที่ทำหุ่นยนต์เพื่อ



อาจารย์และบุคลากรที่พร้อมจะช่วยเหลือ มีซัพพลายเออร์ มีคุณหมอมือที่พร้อมให้ข้อมูล มันเป็นเรื่องประกอบสำคัญที่ทำให้การนำเทคโนโลยีไปใช้ดำเนินงานเป็นไปได้จริง ถ้าเราจะต้องรับมือกับสิ่งที่รุนแรงมากกว่านี้ในอนาคต โดยที่ไม่มีความพร้อมมากกว่านี้ เราอาจจะรับมือไม่ได้เช่นกัน ผมคิดว่าเรื่องนี้มันควรจะสื่อไปถึงคนที่รับผิดชอบในการวางนโยบายประเทศว่าความมั่นคงในเชิงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นเรื่องสำคัญ มันไม่ควรจะ Quick Win (ทำแบบเร่งด่วน เห็นผลเร็ว) ด้วยการไปซื้อเทคโนโลยีบางอย่างมา แล้วบอกว่าเราทำได้ โดยที่มันยังผลิตจากที่อื่น โดยคนอื่น และเราไม่รู้ด้วยซ้ำว่าเขาทำขึ้นมาได้อย่างไร ผมว่ามันไม่ใช่คำตอบสำหรับอนาคตที่จะมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นแน่ ๆ

ตอนนี้เราได้งบประมาณที่ค่อนข้างจะเพียงพอสำหรับการสร้างหุ่นยนต์ 200 ตัวและแท็บเล็ตประมาณ 700 ชุดที่จะส่งให้โรงพยาบาลทั่วประเทศ ถ้าสถานการณ์ทุกอย่างดีขึ้น โรงพยาบาลก็จะนำเทคโนโลยีเหล่านี้ไปใช้ในการรับมือกับโรคติดต่อทางการหายใจอื่น ๆ เช่น วัณโรค ซึ่งสามารถแพร่กระจายเชื้อทางอากาศได้ 100% เพื่อให้บุคลากรไม่ต้องสัมผัสคนไข้โดยตรงหรือโรคติดต่ออื่น ๆ ก็ยังต้องการอุปกรณ์เหล่านี้อยู่ เพราะฉะนั้นสาธารณสุขไทยไม่ได้จบแค่โควิด-19 แต่มีโจทย์อื่นที่เราต้องช่วยเหลือกัน หรือแม้แต่การช่วยเหลือเพื่อนบ้านในอนาคต ซึ่งถ้าไปถึงจุดนั้นจริง ๆ ก็ต้องดูว่าเราควรจะไปทางไหนกันต่อ แต่เราหวังว่ามันจะจบลงและทุกอย่างจะดีขึ้น ไม่งั้นเราอาจจะอดข้าวกันก่อนที่จะหายจากโรค [CT](#)

CREATIVE INGREDIENTS

บอกเล่าว่าเราเจออะไรมาบ้าง สถานการณ์เป็นแบบไหน ดีไซน์ต้นแบบของเราเป็นอย่างไร ทดสอบแล้วมีผลตอบรับอย่างไร สิ่งที่เราทำจะต้องไม่เป็นการระหมอมและพยายาล แต่ต้องไปช่วยเขาเนะ สิ่งที่ได้รับกลับมาก็ค่อนข้างน่าสนใจ ถ้าสังเกตในข่าวก็เห็นหุ่นยนต์แบบปิ่นโตออกมาหลายตัวมาก มีน้องถาดหลุมของทีมีวิจัยกองทัพอากาศ และน้องตะกร้าซึ่งโอเคคล้าย ๆ กันคือ หุ่นยนต์ส่งของที่ไร้โมตบังคับเพื่อให้คนใช้งานง่าย เพราะฉะนั้นเทคโนโลยีหุ่นยนต์ก็จะกระจายไปสู่วงกว้าง การแชร์ข้อมูลอย่างเปิดเผยและจริงใจมันเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เทคโนโลยีพัฒนาต่อไปได้ และการให้เครดิตอย่างถูกต้องก็จะเป็นกำลังใจให้กับคนทำ

ได้เรียนรู้ะไรจากการทำงานร่วมกับบุคลากรทางการแพทย์ และผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงการนี้

ถ้าตัดเรื่องเงื่อนไขด้านเวลาและทรัพยากรที่จำกัด สิ่งที่ได้เรียนรู้คือเราเตรียมพร้อมมาก่อนโดยที่เราไม่รู้ว่าจะเจอเหตุการณ์แบบนี้ เรามีทั้ง

หนังสือเล่มโปรด

มีเล่มหนึ่งที่ชอบคือ *A Short History of Nearly Everything* โดย Bill Bryson ซึ่งเล่าเรื่องเกี่ยวกับประวัติของแทบทุกอย่าง ตั้งแต่การเกิดโลกมาจนถึงไม่กี่ปีก่อนหน้านี้ ว่าเกิดอะไรขึ้นบ้าง หรือ *SuperIntelligence* ของ Nick Bostrom ที่อธิบายเรื่อง AI ซึ่งเราสามารถใช้ข้อมูลบางส่วนที่เมกเซนส์มาอ้างอิงในการตอบคำถาม ในฐานะคนทำหุ่นยนต์ เราว่ามันไม่ได้ยากขนาดนั้น ที่น่ากลัวกว่าคือคน ไม่ใช่ AI

สิ่งที่ประทับใจเกี่ยวกับบุคลากรทางการแพทย์

ผมมีเพื่อนเป็นหมอค่อนข้างเยอะ จริง ๆ เขาก็รักชีวิตของเขาเอง แต่ด้วยงานที่ต้องมีความรับผิดชอบสูง และหน้าที่ที่ต้องใส่ใจดูแลคนไข้เยอะมาก ถ้ามองในมุมเรา เราอาจมองว่าเขาไม่ใช่นักคิดที่นิ่งด้วยซ้ำ ทำไม่ต้องดูแลกันขนาดนั้น แต่คิดดี ๆ ว่าถ้าไม่มีพวกเขา พวกเรามีปัญหาแน่



DESIGN FOR ASIA AWARDS

CALL FOR ENTRY 2020

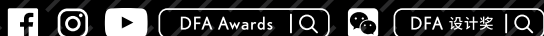
1.4 — 17.7

Entry Fee
50% off until 31.5.2020



**DFA
Design For Asia Awards**
Online Submission
dfa.dfaawards.com

dfa@dafaawards.com
+852 3793 8455



Disclaimer: The Government of the Hong Kong Special Administrative Region provides funding support to the project only and does not otherwise take part in the project. Any opinions, findings, conclusions or recommendations expressed in these materials/events (or by members of the project team) are those of the project organizers only and do not reflect the views of the Government of the Hong Kong Special Administrative Region, the Communications and Creative Industries Branch of the Commerce and Economic Development Bureau, Create Hong Kong, the CreateSmart Initiative Secretariat or the CreateSmart Initiative Vetting Committee.

DFA Design for Asia Awards aims to celebrate design excellence and acknowledge outstanding designs with Asia perspectives towards the globe. It is one of the DFA Awards programmes organised by the Hong Kong Design Centre.



Grand Award 2019
Rhys
Rhys Company Limited / Hong Kong



Grand Award with Special Mention 2019
Little Shelter Hotel / Thailand
Department of Architecture Co. / Thailand



Gold Award 2019
The Learning Station
CROSSLIGHT - Signage
Arata Takemoto Design / Japan



Gold Award 2019
Philips S9000 Prestige
Philips Experience Design / The Netherlands

Organiser



Lead Sponsor

DFA AWARDS



ทางไปของพลาสติก ที่กลับมาพร้อมโควิด-19

เรื่อง : วนบุษปี ยุพเกษตร

ซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นแหล่งซื้อของกินของใช้ที่เปิดทำการระหว่างช่วงการปิดเมือง จากผลกระทบของเชื้อไวรัสโควิด-19 หลายคนเลิกใช้ถุงผ้าเพราะกลัวเชื้อโรค จะติดอยู่ที่ถุงที่เราหิ้วกลับบ้านมาด้วย

“พลาสติก” กลายเป็นวัสดุที่สร้างความอุ่นใจและสบายใจให้กับผู้บริโภค ว่าเป็นสิ่งที่สะอาด ปราศจากเชื้อโรค และกลายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในช่วงนี้ โดยเฉพาะเหล่าอาหารเดลิเวอรี่ที่จัดส่งถึงบ้านยามนี้ แต่อีกด้านก็คือจำนวนขยะมหาศาล เพราะสิ่งจำเป็นเหล่านี้ล้วนเป็นของที่ใช้แล้วต้องทิ้ง

เมแกน เมย์ (Meghan May) ศาสตราจารย์ด้านจุลชีววิทยาและโรคติดเชื้อแห่งมหาวิทยาลัยนิวยอร์กแล่นดับบอกว่า เธอใช้ถุงผ้าตลอดเวลา เพราะเธออาศัยอยู่ในเมืองใกล้ชายหาด จึงทำให้เธอเห็นความสำคัญของการมีท้องทะเลที่สะอาด แต่เมื่อมาถึงเหตุการณ์โรคระบาดครั้งนี้ ทำให้เธอและอีกหลาย ๆ คนต้องกลับมาคิดซ้ำอีกครั้งเมื่อจะใช้ถุงผ้า

ทั้งรัฐบาลและเอกชนต่างขยับตัวออกมาตรการเพื่อรับมือกับพิษโรคระบาดในครั้งนี้ เห็นได้จากเมื่อสิ้นเดือนมีนาคมที่ผ่านมา นิวแฮมป์เชียร์กลายเป็นรัฐแรกในอเมริกาที่ “แบนถุงผ้าชั่วคราว” ในระหว่างช่วงเวลาที่มีการระบาด หรือจะเป็นนโยบายของร้านค้าต่าง ๆ ที่งดให้ลูกค้านำแก้วส่วนตัวมาใส่เครื่องดื่ม นั้นรวมไปถึงการกินอาหารนอกบ้านที่ได้รับผลกระทบจนชาวเมืองต้องสั่งแบบเดลิเวอรี่หรือซื้ออาหารใส่ถุงกลับมากินที่บ้านแทน เหล่านี้ล้วนสวนทางกับนโยบายของหลาย ๆ ประเทศที่ประกาศแบนพลาสติกอย่างจริงจัง หรือแม้แต่การคิดราคาค่าถุงแบบเข้มงวด รวมถึงในบ้านเราด้วยเมื่อต้นปีที่ผ่านมา

เป็นการยากที่คนเมืองในช่วงนี้จะเลี่ยงการกินอาหารแบบเดลิเวอรี่แน่นอนว่าอาหารย่อมมาพร้อมกับบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติก แต่ในวิกฤตเช่นนี้ก็ยังมีความคิดสร้างสรรค์จากร้านอาหารที่ต้องการลดจำนวนขยะตัวอย่างจาก Fried Dining ร้านอาหารท่อโบตองแบบเดลิเวอรี่ ที่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้มองเห็นว่า เราสามารถใช้วัสดุใกล้ตัวทดแทนพลาสติก ไม่ให้เราเจ็บหนักจาก “อีกปัญหา” อย่างขยะพลาสติกล้นเมืองมากจนเกินไปหลังผ่านพ้นวิกฤตโรคระบาดโควิด-19

เพราะตามความเป็นจริง เราไม่อาจรู้ได้เลยว่าเชื้อไวรัสจะสามารถเกาะอยู่บนถุงผ้าของเราได้นานแค่ไหน แต่มีการวิจัยยืนยันแน่นอนแล้วว่า เชื้อไวรัสเกาะอยู่บนถุงพลาสติกได้มากกว่า 3 วันจากสภาพแวดล้อมในห้องแล็บ นั่นหมายความว่า การใช้ถุงพลาสติกก็ไม่ได้ปลอดภัยจากเชื้อไวรัสไปมากกว่าถุงผ้าเลย “แต่ถึงอย่างนั้น เราก็ควรจะระมัดระวัง แม้จะใช้ถุงผ้าของตัวเองก็ตาม เพราะก็ยังไม่มีความรู้และหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่แน่ชัด” เมแกนแนะนำ ฉะนั้นสิ่งที่จะทำให้เรามั่นใจได้มากที่สุดในยามนี้ ก็คือการปฏิบัติกับถุงผ้าหรือถุงใช้ซ้ำของเราเหมือนกันกับ “มือ” ที่ต้องรักษาความสะอาดเป็นประจำ หรือ “เสื้อผ้า” ที่ต้องล้างทำความสะอาดทุกครั้งที่สวมใส่ไปไหนมาไหนนอกบ้าน บวกกับขยะภาชนะใส่อาหารที่ควรแยกทิ้งอย่างเรียบร้อยเพื่อควบคุมปริมาณขยะให้ดีที่สุด

หนทางที่พอจะช่วยลดการใช้งานจนเกิดเป็นขยะพลาสติกได้ อาจเป็นการเลือกใช้ถุงหรือวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ อย่างถุงกระดาษที่แม้จะใช้ครั้งเดียวทิ้งเหมือนกับถุงพลาสติก แต่ก็ย่อยสลายได้ง่ายกว่า อีกไอเดียหนึ่งในการจะใช้ถุงผ้าแบบสะอาดไร้กังวลก็คือ พยายามสร้างระบบการรับและส่งคืนถุงผ้าโดยรับถุงผ้าใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการ นำไปทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรค แล้วค่อยนำกลับไปยังร้านค้าเพื่อใช้ซ้ำอีกที เพราะอย่างน้อยสิ่งเหล่านี้ก็ยังคุ้มค่า ที่เราจะเตรียมการไว้ก่อนโดยไม่ให้เกิดกรณี “แก้ปัญหาหนึ่งได้ แต่กลับไปเพิ่มอีกหนึ่งปัญหา” เพราะในระยะยาวแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมปริมาณขยะพลาสติก หรือการยกระดับระบบสุขภาพและสาธารณสุขของประชาชน ก็เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องทำควบคู่ไปพร้อม ๆ กัน [CT]

วิธีการง่าย ๆ จัดการภาชนะพลาสติกจากเดลิเวอรี่

1. ล้างพอหายมัน 2. ตากให้แห้ง 3. ส่งบริจาค N15 Technology / โครงการรวน / YOLO-Zero Waste Your Life หรือนำมาใช้ซ้ำก็ได้นะ

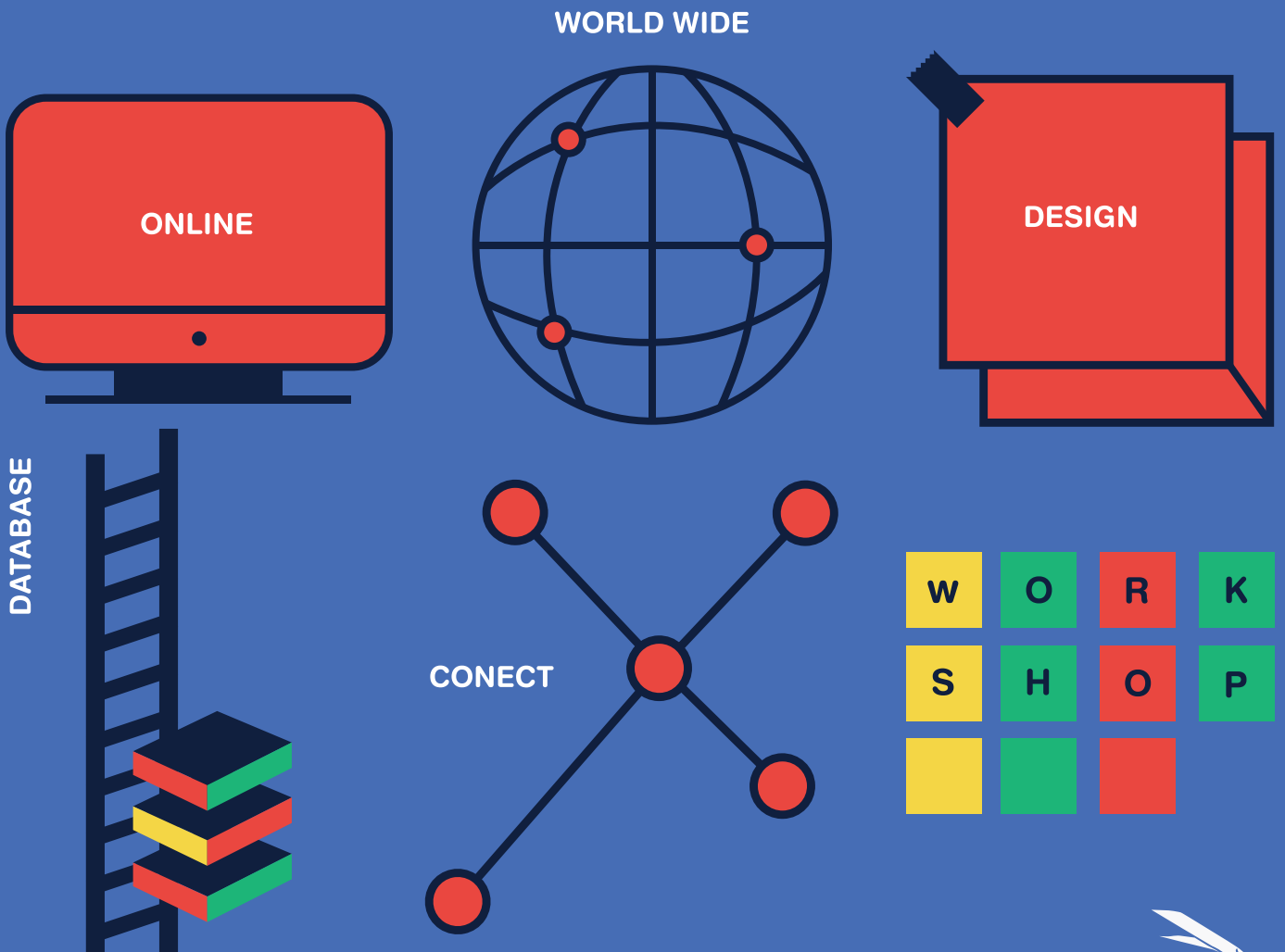
หมายเหตุ : สามารถดูรายละเอียดชนิดพลาสติกที่รับบริจาค รวมถึงช่องทางการจัดส่งได้ทาง facebook.com/n15technology, facebook.com/wontogether และ facebook.com/zerowasteyolo

ที่มา : บทความ “Plastic bags are making a comeback because of COVID-19” โดย Justine Calma (2 เมษายน 2563) จาก theverge.com / บทความ “Fried Dining ร้านข้าวผัดท่อโบตอง Delivery ที่จับคู่รสชาติที่คุ้นเคยมาพร้อมกับข้าวให้แปลกใหม่” จาก readthecloud.co

เข้าร่วมเป็นเครือข่าย miniTCDC LINK

เพิ่มโอกาสและช่องทางการเข้าถึงหนังสือ
และฐานข้อมูลออนไลน์ด้านการออกแบบ

ตั้งแต่วันนี้ — 30 มิถุนายน 63



FB : miniTCDC

mini TCDC
LINK



#CEAVACCINE
#CEAONLINEACADEMY

CEA Online Academy คอร์สเรียนรู้ออนไลน์
โดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(องค์การมหาชน) ร่วมกับกลุ่มนักสร้างสรรค์
และสื่อมวลชนในการพัฒนาเนื้อหา สำหรับการ
เพิ่มทักษะ และการเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต

เตรียมความพร้อม

หลักสูตรเสริมความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่
จำเป็นสำหรับนักเรียน นักศึกษา ในการก้าวสู่ชีวิต
การทำงาน ไม่ว่าจะเป็นพนักงานประจำ ฟรีแลนซ์ หรือ
เจ้าของกิจการ

เติมทักษะสร้างสรรค์

หลักสูตรเพื่อการเสริมทักษะสำหรับนักสร้างสรรค์
ในสาขาต่างๆ เพื่อการพัฒนาผลงานและการเติบโต
ทางธุรกิจ

ต่อเสริมธุรกิจ

หลักสูตรสำหรับผู้ประกอบการในการปรับตัวรับ
สถานการณ์ และการต่อยอดไอเดียสู่ธุรกิจ



ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนได้
ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคมนี้
เป็นต้นไป

