

สิงหาคม

2566

OAE

84

LIBRARY



Tsundoku

ชอบซื้อหนังสือมาแล้วไม่ได้อ่าน

ชอบซื้อหนังสือมาก ๆ แต่ไม่อ่านหรืออ่านไม่จบ

ชอบซื้อหนังสือมาดองทิ้งไว้ทั้ง ๆ ที่หนังสือเล่มเก่าในตู้ก็แทบไม่เคยได้อ่าน นี่คืออาการดองหนังสือที่หลายคนเป็น แต่ก็แอบไม่เข้าใจตัวเองว่าทำไม ทุกครั้งที่มียานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ เรามักจะซื้อหนังสือเป็นตั้ง ๆ จากนั้นผ่านไปหลายเดือน จนจะถึงงานหนังสือครั้งถัดไปแล้วก็ยังอ่านไม่จบอยู่ดี แต่ก็ยังซื้อหนังสือใหม่ ๆ มาเพิ่มอยู่ดี

ทำไมคนเราบางคนจึงชอบซื้อหนังสือแต่ไม่อ่านหรืออ่านไม่จบ

1. เรากลัวว่าเราจะไม่เจอหนังสือนี้อีก (ตามธรรมชาติ)

หลายครั้งเราเจอหนังสือที่เราสนใจ ไม่แน่ใจว่าจะซื้อดีไหม...จากนั้นเมื่อกลับไปหาอีกก็ไม่เจออีกแล้ว ซึ่งความรู้สึกที่ว่าได้เจอบางสิ่งบางอย่างแล้วไม่ได้เก็บไว้ จากนั้นเมื่ออนาคตมาถึงเราต้องใช้แต่ไม่มี มันจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดีอย่างมาก ๆ บางคนจึงมีความอยากซื้อทันทีที่เห็นหนังสือที่รู้สึกถูกใจ

2. เรากลัวว่าเราจะไม่เจอหนังสือนี้อีก (เพราะสำนักพิมพ์ไม่พิมพ์เพิ่ม)

กลุ่มนักอ่านหนังสือบางประเภท จะรู้กันดีว่ามีหนังสือบางกลุ่มที่เมื่อพิมพ์ออกมาแล้วมักจะไม่มีโอกาสได้พิมพ์อีกเป็นครั้งที่ 2...และอาจจะไม่มีทางเจอมันอีกเลยเพราะเฉพาะกลุ่มจนกระทั่งร้านหนังสือใหญ่ ๆ ไม่อยากนำมาขาย ดังนั้นกลุ่มนักอ่านกลุ่มนี้จะซื้อหนังสือพวกนี้มาตุนไว้

3. เราอยากได้ความสุขจากการซื้อ

คนเรามีความสุขเมื่อได้เลือก และได้จ่ายเงิน เพราะมันเป็นสิ่งที่ทำให้เรารู้สึกมีอำนาจและควบคุมชีวิตเราเองได้ บางคนจะรู้สึกดีเมื่อเห็นหนังสือที่ตนซื้อ (คล้าย ๆ กับคนที่ชอบซื้อเสื้อผ้า เครื่องประดับมาเก็บ)

4. เรามีความสุขกับการจินตนาการสิ่งที่จะได้จากการอ่านหนังสือ

บางคนอยากพัฒนาตนเอง ก็จะซื้อหนังสือพัฒนาตนเองมาเก็บไว้ และคิดว่าเมื่อได้อ่านแล้วจะมีชีวิตที่ดีขึ้น บางคนเห็นไอดอลของตนซื้อหนังสือมาอ่าน ตนอยากเก่งแบบนั้นบ้าง จึงหาหนังสือมาดองไว้ ว่าจะมีเวลาจะอ่าน จะได้เก่งแบบนั้นบ้าง



5. ไม่มีเวลาแต่เราหวังว่าเราอยากจะทำ

เราให้เวลากับอย่างอื่นมากกว่า และเราหวังว่าเมื่อมีเวลาจะแบ่งให้ เราก็จะอ่านหนังสือ แต่เมื่อเรายังเห็นสิ่งอื่นสำคัญกว่า เราก็จะไม่แบ่งเวลาให้กับการอ่านหนังสือจนทำให้เราไม่ได้อ่านสักที

6. สิ่งที่ทำให้เราอยากซื้อนั้นได้ผ่านพ้นไปแล้ว

ตัวของเราตอนที่ซื้อ เป็นคนละอารมณ์และความรู้สึกกับตัวเราในตอนนี้ บางเรื่องเป็นเรื่องหายากในอดีต เราจึงอยากอ่าน...แต่เวลาผ่านไป คนอ่านเอามาเขียนต่อมีเยอะ เราก็ลดความอยากอ่าน บางเรื่องเป็นนิยาย เราเจอเพื่อนสปอยล์ เราก็ไม่อยากอ่าน

STARTUP : SLOW LIFE & SLOW READING

FEATURED BOOK



การตลาดยุคใหม่ใช้ประสบการณ์ : โอซังจิน

เมื่อ การขาย ไม่ใช่เรื่องง่ายอีกต่อไปต้องประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลต่าง ๆ ต้องดิ้นรนขายแข่งกับคนอื่น ๆ ที่ขายสินค้าแบบเดียวกับมากมายเต็มไปหมด แคมเปญลูกค้าก็เอาใจยากซะเหลือเกิน หลังจากขายกันแค่ที่ตัวสินค้ากันมาระยะหนึ่งนักการตลาดต่างประเทศก็เริ่มหันมาเล่นกับอารมณ์ความรู้สึกของคนแทนเพราะการกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึก กระทบถึงใจคนได้เร็วที่สุดและมีผลกับการตัดสินใจมากด้วยคนจะจดจำความรู้สึกได้แม่นยำที่สุด และเก็บไว้เป็นประสบการณ์ที่มีกับแบรนด์นั้น

ถ้าลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดี จดจำความรู้สึกดี ๆ ที่มีต่อแบรนด์ได้ ก็เท่ากับว่า เรากุมหัวใจลูกค้าไว้แล้ว

BOOK

บ้านโซลาร์ อยู่เย็น คุ้มยาว

โดย เกษรา ัญญลักษณ์ภาคย์

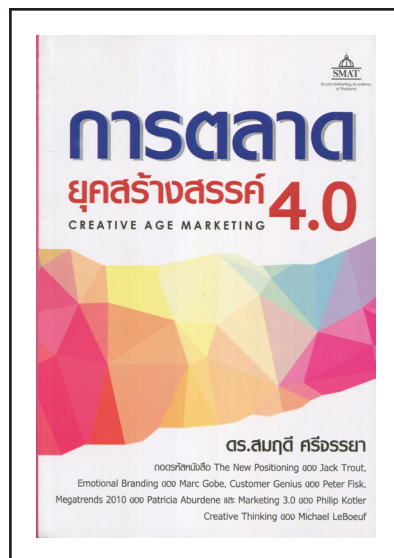
“บ้านพลังงานแสงอาทิตย์”.. มาแน่ เรื่องนี้ไม่ใช่แค่เทรนด์ แต่คือความเป็นจริงเมื่อพลังงานหลักอย่างน้ำมันเชื้อเพลิง กำลังจะหมดไป หนึ่งในพลังงานสะอาดที่ได้รับความนิยมสูงอย่างมาก คือ พลังงานแสงอาทิตย์ เพราะใช้ได้ไม่มีวันหมด และเหมาะสมมากกับเมืองไทยที่แสงแดดจ้าตลอดทั้งปี การติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปนั้นช่วยลดโลกร้อน ประหยัดค่าไฟ และเพิ่มมูลค่าให้กับตัวบ้านได้จริง



การตลาดยุคสร้างสรรค์ 4.0

โดย สมฤดี ศรีจรรยา

การปฏิวัติอุตสาหกรรมในยุคศตวรรษที่ 18 ทำให้เกิดนักประดิษฐ์มากมาย เกิดสิ่งประดิษฐ์ที่เข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ การตลาดที่คิดสร้างสรรค์แหวกตลาด Creative Marketing น่าจะมีโอกาสเกิดได้ง่ายกว่าเพราะทุกคนก็ทำอยู่แล้ว แต่ไม่มีหลักวิชาไม่มีใครสอน ไม่มีตำรา อยากให้หนังสือเล่มนี้ เป็นผู้บุกเบิกเล่มแรกโดยเปลี่ยนมุมมองใหม่ มองการตลาดแบบ Creative Man คือการรวบรวมเอาแนวคิดของนักเขียนสายครีเอทีฟที่ชื่นชอบมาถ่ายทอด และแบ่งยุคใหม่



สมองไหวในฮ่องกง

โดย นิวกมล

หนังสือที่จะพาคุณท่องเที่ยวไปในหัวใจและสมองของตัวเอง ว่ามีสถานที่ ผู้คน เหตุการณ์ ที่สะสมไว้ในความทรงจำใดบ้างซึ่งยังคงอยู่ สิ่งเหล่านั้นมีผลต่อตัวเราทุกวันนี้อย่างไร

จะทำให้คุณคิดถึงความบังเอิญ การพบเจอ การจากลา พรหมลิขิต การตัดสินใจ ชีวิตอันกว้างใหญ่ไพศาล กับใครสักคนที่เป็นเสมือนบ้านของหัวใจ