



ทีโอทีอืด : พล.อ.สุกิจ ขมะสุนทร ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กสทช.)เปิดเผยความคืบหน้าการดำเนินโครงการจัดให้มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและสัญญาณมือถือในพื้นที่ 3,920 หมู่บ้านหรือเน็ตชายขอบว่า ขณะนี้คู่สัญญาที่ชนะประมูล กสทช. ได้ทยอยติดตั้งหลายพื้นที่แล้ว คาดว่าเดือน ก.พ.61 จะทยอยส่งมอบได้ราว 600 จุด เมื่อส่งมอบ กสทช. ก็จะทยอยนำไปเปิดให้บริการทันทีทั้งนี้ ในส่วนของเอกชนที่เป็นคู่สัญญากับ กสทช. นั้นสามารถดำเนินการได้ตามเงื่อนไขแต่บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ซึ่งชนะประมูลงาน กสทช. ไป 3 พื้นที่ แต่ขณะนี้ยังไม่ติดตั้งจุดให้บริการ ทำให้ กสทช. กังวลว่า ทีโอที จะดำเนินการแล้วเสร็จตามสัญญาหรือไม่ ซึ่ง กสทช. ได้กำกับไปยังทีโอทีให้เร่งดำเนินการแล้วเพราะประชาชนรอใช้บริการอยู่.

กสทช.ผวา"ทีโอที"ตั้งเน็ตชายขอบอีก

พล.อ.สุกิจ ขมะสุนทร ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผย ประชาชนรอใช้บริการอยู่ ถึงความคืบหน้าการดำเนินการโครงการจัดให้มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและสัญญาณมือถือในพื้นที่ 3,920 หมู่บ้าน หรือเน็ตชายขอบ ว่า ขณะนี้คู่สัญญาที่ชนะประมูล กสทช. ไปนั้น ได้ทยอยติดตั้งใน หลายพื้นที่แล้ว คาดว่าภายในเดือน ก.พ.2561 จะทยอยส่งมอบได้ รวบรวม 600 จุด

ทั้งนี้ ในส่วนของเอกชนที่เป็นคู่สัญญากับ กสทช. นั้น สามารถ ดำเนินการได้ตามเงื่อนไขของ กสทช. แต่ที่กังวลใจคือ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ซึ่งชนะประมูลงาน กสทช. ไปทั้งสิ้น 3 พื้นที่ แต่ขณะนี้ ยังอยู่ในขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างและยังไม่ติดตั้งจุดให้บริการแต่อย่างใด ทำให้ กสทช. กังวลใจอย่างมากว่า ทีโอทีจะดำเนินการแล้วเสร็จตามสัญญา หรือไม่ ซึ่ง กสทช. ได้กำชับไปยังทีโอทีแล้วให้เร่งดำเนินการด้วย เพราะ สำหรับโครงการเน็ตชายขอบนั้น กสทช. แบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกคือการให้บริการอินเทอร์เน็ตหมู่บ้าน 3,920 หมู่บ้าน แบ่งเป็นพื้นที่ภาคเหนือ โชน บริษัท โทร อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้ดำเนินงานจำนวน 1,008 หมู่บ้าน, พื้นที่ภาคเหนือ โชน 2 และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดำเนินการโดยบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) รวม 2,097 หมู่บ้าน และพื้นที่ภาคกลาง ได้ และ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ดำเนินการโดยบริษัท อินเทอร์เน็ต ไทยคอม จำกัด รวม 807 หมู่บ้าน ศูนย์การเรียนรู้ของ กสทช. อีก 763 แห่ง แบ่งเป็น โทร จำนวน 206 แห่ง ทีโอที 391 แห่ง อินเทอร์เน็ต 166 แห่ง ขณะนี้แล้วเสร็จเพียง 2 แห่งคือ ที อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ ดำเนินการโดยทรู และ จ.กาญจนบุรี โดยอินเทอร์เน็ต

“ทีโอที”ตีปีกกสทช.ให้ใช้ประโยชน์คลื่น 2300 คาดช่วยฟื้นฟูธุรกิจสร้างรายได้ 4,000 ล้านบาท

นายมนต์ชัย หนูสง กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า จากที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้อนุมัติให้ทีโอทีใช้คลื่นความถี่ย่าน 2300 เมกะเฮิรตซ์ โดยให้ปฏิบัติตามมาตรา 46 ของ พ.ร.บ.องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2560 โดยเคร่งครัด ซึ่งมาตรา 46 ระบุว่า คลื่นความถี่เป็นสิทธิเฉพาะตัวผู้ที่ได้รับใบอนุญาตไม่สามารถให้คนอื่นใช้ได้

เรื่องนี้ถือเป็นข่าวดีรับปีใหม่ โดยทีโอทีพร้อมที่จะปฏิบัติตามมติ กสทช.อย่างเคร่งครัด เนื่องจากการนำคลื่นความถี่ที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์นั้น นอกจากจะช่วยสร้างรายได้ให้องค์กรแล้ว ยังทำให้ประชาชนได้ใช้บริการโทรคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพด้วย ซึ่งจะก่อให้เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจด้วย

“จากนี้ไปทีโอทีก็พร้อมดี กสทช.อย่างเป็นทางการ โดย กสทช.ส่งหนังสือมาให้ทีโอที จึงจะถือว่าเป็นกระบวนการจาก กสทช.สมบูรณ์ หลังจากนั้นทีโอทีก็จะเดินหน้าดำเนินการใช้คลื่นความถี่ 2300 เมกะเฮิรตซ์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งต้องหารือในรายละเอียดกับการลงทุน การใช้คลื่นความถี่ การสร้างรายได้จากคลื่นถือเป็นภารกิจที่ต้องเร่งทำ เพื่อให้เห็นผลว่าคลื่นนั้นสร้างรายได้ โดยปีนี้คาดว่าจะสร้างรายได้จากคลื่น 2300 รว 4,000 ล้านบาท”

นายมนต์ชัยกล่าวต่อว่าสำหรับการทำธุรกิจกับดีแทค ไตรเน็ต จำกัด นั้นขณะนี้ได้ส่งร่างสัญญาให้สำนักงานอัยการสูงสุดตรวจสอบแล้ว และเมื่อใดที่สำนักงานอัยการสูงสุดตรวจสอบสัญญาแล้วเสร็จและส่งร่างสัญญากลับมายังทีโอที ทางทีโอทีก็จะเสนอคณะกรรมการ (บอร์ด) ทีโอที พิจารณาอีกครั้ง หลังจากนั้นก็จะมีการลงนามในสัญญาฉบับจริง คาดว่าจะเกิดขึ้นภายในปีนี้แน่นอน.

จับตาปีพลิกผันวงการโทรคมนาคม

พันเอกเศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า ในปี 2561 จะเป็นปีที่ชัดเจนอย่างมากของการหลอมรวม (Convergence) ระหว่างอุตสาหกรรมสื่อและโทรคมนาคมเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน จนจะทำให้ไม่สามารถแยกแยะทั้งสองอุตสาหกรรมออกจากกันได้ นั่นหมายความว่า ผู้ประกอบการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์แบบดั้งเดิม และสื่อรูปแบบกระดาษจะถูกสื่อรูปแบบใหม่ เข้าไปเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค โดยจะทำให้พวกเขาไม่มีเวลาหันไปใช้งานและเสพสื่อแบบดั้งเดิมอีกเลย ทั้งนี้ เพราะสื่อรูปแบบใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งโซเชียลมีเดีย จะมีวิธีการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ และสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภคที่แบบยล

สำหรับการหลอมรวมเทคโนโลยีที่เป็นกุญแจสำคัญในการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างแท้จริงกำลังเกิดขึ้นอย่างชัดเจนในปี 2018 นี้เป็นต้นไป คือ การหลอมรวมระหว่าง Blockchain ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มพื้นฐานของการทำธุรกรรมของเงินเสมือน โดยเริ่มมีผู้คน

จำนวนมากเข้ามาแสวงหาอาชีพรูปแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเงินเสมือน เช่น Bitcoin และ Ethereum (สกุลเงินดิจิทัล) เป็นต้น จนจะเกิดกระแสในการพลิกผันรูปแบบการให้บริการทางการเงินธนาคารอย่างเด่นชัด

ขณะที่หน่วยงานกำกับดูแล (regulators) ทั้งในอุตสาหกรรมสื่อและโทรคมนาคม, การเงินธนาคาร และประกันภัย รวมไปถึงจนถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเก็บภาษีและรายได้ให้รัฐ จะได้รับแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นอย่างมาก เพราะหน่วยงานกำกับดูแล

ต่างๆ เหล่านั้นจะไม่สามารถกำกับดูแลอุตสาหกรรมที่ตนเองดูแลอยู่ได้แบบเดิม เพราะรูปแบบการประกอบธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ จะถูกพลิกผัน (disruption) อย่างหนักมากในปี 2018 ซึ่งจะเป็นปีที่หน่วยงานกำกับดูแลต้องทำงานอย่างท้าทายยิ่ง

ขณะที่ Gartner ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยคาดการณ์ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินจะทำบน Blockchain ถึง 20% ภายในปี 2020 อีกทั้ง GSMA ได้เปิดเผยผลการวิเคราะห์ใน The Mobile Economy 2017 ว่า ผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile operators) จะมีการพัฒนา business model ใหม่ในรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายขึ้นและเปิดรับการสร้างรายได้ใหม่ (new revenue streams) ซึ่งจะทำให้ในปีนี้จะเกิดนวัตกรรมการให้บริการใหม่ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดนวัตกรรมการให้บริการบนสมาร์ตโฟนมากมายด้วยการลงทุนที่ต่ำ

8 เทรนด์

ในการสร้างแบรนด์ในปี 2018



ในฐานะผู้ที่ทำงานด้านการสร้างแบรนด์และสื่อสารการตลาดที่ได้มีโอกาสทำงานให้กับลูกค้าหลากหลายกลุ่มทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมถึงการเดินทางบรรยาย

ให้กับผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ ทำให้เห็นเทรนด์ในการสร้างแบรนด์ในปี 2018 ที่จะเป็ปัจจัยบวกสำหรับผู้ประกอบการทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม รวมไปถึงรายใหญ่ หากมีความเข้าใจและวิ่งตามเทรนด์ได้ทัน ก็มีโอกาสที่จะพัฒนาและสร้างแบรนด์ของตัวเองให้แข็งแกร่งและแข่งขันได้ โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจนตามไม่ทันในยุคปัจจุบันนี้

1. 2018 ยุคทองของผู้ประกอบการรายเล็กในการสร้างแบรนด์ - ปฏิเสธไม่ได้ว่าในยุคที่ดิจิทัลเข้ามามีบทบาท โอกาสของผู้ประกอบการรายเล็กในการสร้างแบรนด์ในยุคนี้ จึงถือว่าเป็นยุคทองอย่างแท้จริง ก่อนหน้านี้ผู้ประกอบการรายเล็กแทบไม่มีเวทีในการแจ้งเกิด เพราะการจะสร้างแบรนด์หรือสื่อสารแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในยุคที่ผ่านมา ปฏิเสธไม่ได้ว่าต้องใช้เงินในการซื้อพื้นที่สื่อ และมีทางเลือกน้อย เป็นเพราะสื่อรูปแบบเดิมที่เรียกได้ว่าเป็น Traditional Media ที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีมีราคาที่ไม่สอดคล้องกับกรอบงบประมาณของเอสเอ็มอี ดังนั้นในปี 2018 ผู้ประกอบการรายใดที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน มีเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่โดดเด่น และรู้จักใช้สื่อดิจิทัลมาเป็นช่องทางในการสื่อสารแบรนด์แบบให้โดน รับรองแจ้งเกิดกันได้อย่างแน่นอน

2. สื่อดิจิทัลยังคงเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลสูงสุด - เว็บไซต์เกี่ยวกับแบรนด์ชื่อดังของเมืองไทย Brand Buffet ได้อ้างถึงรายงานของ We Are Social บริษัทเอเจนซีวิจัยด้านโซเชียลมีเดียชื่อดัง ที่ได้อัปเดตความเคลื่อนไหวในโลกดิจิทัล (Digital Movement) ในแต่ละปี ซึ่งในปี 2017 มีประเด็นที่น่าสนใจคือประเทศ ที่ใช้งาน Facebook มากที่สุดยังเป็น อเมริกา อยู่ที่ 214 ล้านคน ส่วนเมือง ที่ใช้งาน Facebook มากที่สุดคือ กรุงเทพฯ ที่ 24 ล้านคน สำหรับในประเทศไทยเทรนด์ของเม็ดเงินโฆษณาไหลมาที่สื่อดิจิทัล

ทำให้สื่ออื่นๆ จากเดิมที่เคยมีรายได้จากโฆษณาต่างมีรายได้ลดลงอย่างน่าใจหาย นั่นหมายความว่า เจ้าของแบรนด์ต้องตระหนักถึงความสำคัญในการใช้เงินกับสื่อโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล เพราะมีความทรงพลัง ประหยัดงบประมาณ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง เจ้าของแบรนด์จึงควรรู้จักลักษณะของสื่อออนไลน์ และสื่อโซเชียลมีเดียแต่ละประเภทที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook/Line/Youtube เป็นต้น รวมถึงเรียนรู้สื่อโซเชียลมีเดียรูปแบบใหม่ๆ ที่กำลังจะเข้ามามีบทบาทในอนาคต

3. Functional Branding Vs Emotional Branding - การซื้อสินค้าหรือบริการในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคใช้ความรู้สึกหรือเป็นเรื่องราวอารมณ์มากกว่าเหตุผล สินค้าที่เล่นกับความรู้สึกของผู้บริโภคโดยเฉพาะสินค้าที่มีราคาสูงหรือแบรนด์เนม จึงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเพื่อให้ได้ครอบครองมากกว่าที่จะมองถึงประโยชน์ใช้สอยที่จะได้รับ ดังนั้นหากเจ้าของแบรนด์เข้าใจเรื่อง Emotional Branding เป็นอย่างดี การจะสื่อสารกับลูกค้าต่อจากนี้ไปจึงจะเป็นการพูดคำว่า สินค้าใช้แล้วจะรู้สึกอย่างไร สร้างความภาคภูมิใจในการได้ใช้สินค้า/บริการได้อย่างไร มากกว่าที่จะบอกว่าคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร หรือใช้งานอย่างไรซึ่งเป็นเรื่องของ Functional Branding ที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องเผชิญกับการแข่งขันราคา

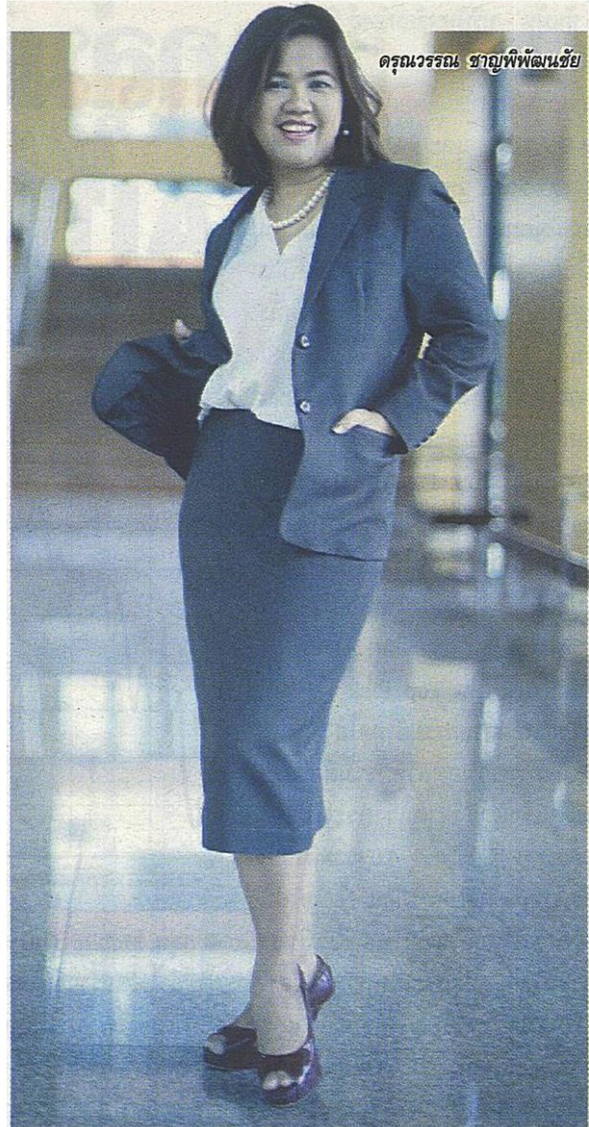
เพื่อแย่งชิงส่วนครองตลาดหรือ Market Share อีกต่อไป การสร้างแบรนด์ในปี 2018 จึงต้องมีการผสมผสานระหว่างความเป็น Functional Branding Vs Emotional Branding ได้อย่างลงตัว

4. Story Telling VS Story Doing - หลายๆ แบรนด์มักจะบอกกับผู้บริโภคว่ามีเรื่องเล่าเกี่ยวกับแบรนด์ตัวเองอย่างไร และตั้งใจจะทำอะไรเพื่อผู้บริโภคบ้างโดยถ่ายทอดผ่าน Tag Line หรือถ้อยคำโฆษณาที่มีความสวยงามและดูดี แต่ไม่นำไปสู่การปฏิบัติหรือสร้างประสบการณ์ร่วม (Brand Experience) ให้กับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง แบรนด์ในยุค 2018 จึงต้องทำในสิ่งที่พูด หรือต้องทำมากกว่าพูดจึงจะเป็นแบรนด์ที่สามารถรอบใจผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

5. การสื่อสารแบรนด์ที่ต้องเน้นความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น - ด้วยเทรนด์ของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เปลี่ยนเป็นสังคมเมือง ครอบครัวขยายน้อยลง เปลี่ยนเป็นครอบครัวเดี่ยว พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการจึงมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย การสื่อสารแบรนด์ในวงกว้างในสินค้าประเภทเดียวกันที่หวังว่าจะพูดกับลูกค้าทุกคนแบบเดียวกันคงใช้ไม่ได้อีกต่อไป การสื่อสารแบรนด์ในยุคปัจจุบันจึงต้องสื่อสารกับลูกค้าที่ใช้จริงๆ และมีความแคบลงหรือเป็น Niche Market มากขึ้น เพราะลูกค้าแต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน หากเจ้าของแบรนด์ที่ยังไม่ปรับตัว ยังพูดเรื่องเดียวกันกับคนทุกกลุ่ม อาจต้องเตรียมตัวเผชิญกับความพ่ายแพ้ ถ้าคู่แข่งที่อยู่บน Segment เดียวกันสามารถปรับตัวได้เร็วกว่า

6. Digital Media Vs Traditional Media - ในยุคที่ดิจิทัลทรงพลังมาก ทำให้เจ้าของแบรนด์สินค้าหลายๆ แบรนด์ทุ่มเทและโฟกัสไปที่ดิจิทัลหรือโซเชียลมีเดียเพียงอย่างเดียว อาจละเลยสื่อดั้งเดิมที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดได้เป็นอย่างดี อาทิ Personal Selling หรือการขายผ่านบุคคลที่ยังสามารถใช้ได้ดีกับสินค้าที่ต้องการการอธิบายขยายความได้สูง หรือการโฆษณาผ่านหีบห่อที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวของสินค้าได้บนบรรจุภัณฑ์ได้ดีและเป็นการผสมผสานระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อดิจิทัลได้ด้วย หมายความว่าหากหีบห่อสามารถมี QR Code บนบรรจุภัณฑ์ก็สามารถเชื่อมโยงกับข้อมูลสินค้าบนเว็บไซต์หรือหน้าเพจได้เช่นกัน เจ้าของแบรนด์จึงควรใช้ประโยชน์จากสื่อทั้ง 2 ประเภทให้ผสมผสานกันอย่างลงตัวมากกว่าจะใช้เพียงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ถึงแม้ว่าหนักในการใช้เงินจะค่อนข้างสูงแต่สื่อที่เป็นดิจิทัลหรือออนไลน์ก็ตาม

7. การหลอมรวมกันของเทคโนโลยี (convergence) - มุมมองของ พ.อ.ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ รองประธาน กสทช. มองว่าเทคโนโลยี mobile, Internet, IoT, AI, Big data และ Social Net-



work เทคโนโลยีเหล่านี้ ได้เกิดการหลอมรวม (Convergence) กันอย่างแนบแน่น เพราะเกิดการเชื่อมโยงกันด้วยเทคโนโลยี Mobile Broadband (4G/5G) ที่มีความเร็วสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ แบบ Real Time จนส่งผลกระทบต่อความยุ่งยากซับซ้อนในการควบคุมภาพของแบรนด์ได้ และจะยิ่งยุ่งยากซับซ้อนอย่างยิ่งต่อไปในอนาคต จากมุมมองดังกล่าวเจ้าของแบรนด์จึงควรตระหนักถึงความสำคัญในการใช้เทคโนโลยีในการสร้างแบรนด์เพื่อให้เกิดความโดดเด่นและสร้างการจดจำ ทั้งนี้ยังมีเรื่องของ AR หรือ Augmented Reality ที่สามารถนำโลกเสมือนจริงให้มาอยู่ในโลกของความเป็นจริงได้ จึงน่าจะเป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งที่จะช่วยในการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง

ได้ในปี 2018 และในอนาคต

8. ความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยให้แบรนด์เติบโตอย่างยั่งยืน -
แบรนด์ใดๆ จะเติบโตได้อย่างยั่งยืนต้องรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่วินาทีที่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจ ยุคนี้เป็นยุคของคนดีที่จะได้รับการตอบรับจากผู้คนในสังคม ยกตัวอย่างกรณีหุ้น บอติสแลม ออกมาวิ่งเพื่อหาเงินช่วยโรงพยาบาลทั้ง 11 แห่งทั่วประเทศ ในแคมเปญ "ก้าวคนละก้าว" หากวันนี้ถ้าคนที่ลุกขึ้นมาวิ่ง ไม่ใช่หุ้น บอติสแลม กระแสตอบรับอาจไม่ดีเท่านี้ นั่นเป็นเพราะว่าต้นทุนทางสังคมหรือคุณงามความดีที่หุ้นสร้างไว้ จึงทำให้ Event Brand ก้าวคนละก้าว ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี เพราะผู้คนที่มาร่วมบริจาคไม่มีข้อกังขาในตัวของ Brand Ambassador ดังนั้นแบรนด์ต่างๆ จึงจำเป็นต้องลุกขึ้นมารับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ตั้งแต่วินาทีนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่น หรือ Trust ให้กับลูกค้าหรือผู้มารับบริการ จึงจะสามารถช่วยให้แบรนด์เติบโตอย่างยั่งยืน ได้อย่างแท้จริง

เมื่อเจ้าของแบรนด์ทราบถึงเทรนด์ที่จะเข้ามาช่วยในการสร้างแบรนด์ให้โดดเด่นขึ้นในปี 2018 แล้ว ก็หวังว่า แบรนด์สินค้าหรือบริการของแต่ละกิจการจะสามารถสร้างความโดดเด่น ครองใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และเติบโตได้อย่างยั่งยืน เกิดความรักและภักดีในตราสินค้า เปลี่ยน Trade Mark เป็น Love Mark ได้อย่างที่ตั้งใจ 

ดร.นวรรธน์ ชาญพิพัฒน์ชัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์และสื่อสารการตลาด



แรงพุงโดยด่วน

ก่อนอื่นต้องขออวยพรแก่ท่านผู้อ่านทุกท่านในวาระดิถีขึ้นปีใหม่ พุทธศักราช 2561 ขอให้ประสบความสำเร็จทุกเป้าหมายที่ปรารถนาตลอดปีด้วยเทอญ...

ครับ, ผ่านพ้นปีที่ผ่านมามีหลายธุรกิจได้ประสบปัญหาในทุกรูปแบบแตกต่างกันไป

โดยเฉพาะธุรกิจทีวีดิจิทัลที่ดำเนินการมาเกือบ 4 ปี ได้ผลลัพธ์ที่ไม่น่าพึงพอใจนัก

เจ้าเก่า 2-3 ช่องที่แปลงร่างมาจากทีวีอนาล็อกและทีวีดาวเทียมพอพ้นกำแพงประคองตัวผ่านมรสุมเศรษฐกิจไปได้

แต่เจ้าของกิจการหน้าใหม่กลับประสบกับต่างประสพภาวะวิกฤติ ขาดทุนย่อยยับไปตามๆ กัน!!

ไม่ได้เป็นธุรกิจสวยหรูอย่างที่คาดการณ์กันไว้ก่อนเข้าประมูลเนื่องด้วยเจตนาทั้งพิษการเมืองรวมถึงพิษเศรษฐกิจเล่นงานจนอ่วมอรรถ



สื่อโทรทัศน์ไม่ใช่สื่อที่จะครองใจผู้คนเหมือนแต่ก่อน ทั้งด้านบันเทิงและข่าวสาร เพราะถูกสื่ออินเทอร์เน็ตแย่งชิงใจไปหมดแล้ว

ทั้งที่ทีวีดิจิทัลเสียค่าประมูลค่าดำเนินการแพงลิบลิ่ว รัฐได้เงินก้อนเข้าคลังหว่านหมู แต่ผู้ประกอบการกำลังกระเสือกกระสนดิ้นรนเพื่อหาทางอยู่รอด

ตายผ่อนส่ง หรือไม่ตายก็เลี้ยงไม่โต!!

มีการพูดกันมาหลายหนในช่วง 2 ปีแรก ที่ถกถาเนติทีวีดิจิทัลว่า ทุกค่าย ทุกช่อง กำลังประสบวิกฤติ ผลดำเนินการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

แต่ภาครัฐ โดย กสทช. ก็ยังไม่มีมาตรการสำคัญที่จะมาพยุงให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจให้ผ่านพ้นไปได้อย่างราบรื่น

ทั้งที่เห็นกันอยู่ว่า หากรัฐยังไม่ช่วยต่อไปเราก็คงได้เห็นทีวีดิจิทัลทยอยม้วนเสื่อไปทีละเจ้าสองเจ้า ไม่ช้าไม่นานก็จะเหลืออยู่เพียงไม่กี่ช่อง

ก็วิ่งวอนถึง กสทช. ที่ทำตลอดทีวีดิจิทัลมากับมือ... ท่านจะทนเห็นวิกฤติครั้งนี้ไปนานแค่ไหน เพราะผู้ประกอบการขอแค่ความช่วยเหลือที่จะทำให้ทีวีดิจิทัลเดินหน้าต่อไปได้เท่านั้น

2561 ไม่ใช่แค่วิกฤติ แต่มันพะงาบๆ ถึงขั้นไอซียูแล้ว!!

“แจ่วริบจ้อ”

งานขึ้นโบแดงงานหนึ่งของรัฐบาล (จบ)

1 เสียง เพื่อสร้างสรรค์



พวงรัตน์ อัครวิเศษชัย

งานนั้นนอกจากจะเรียกว่าเป็นงานขึ้นโบแดงแล้ว อาจจะเรียกว่าเป็นของขวัญปีใหม่ให้กับคนไทยก็ได้ เนื่องจากสหรัฐเพ็งประกาศให้ไทยออกจาก PWL เมื่อวันที่ 15 ธ.ค. 2560 คือปลายปีที่แล้ว และบทความตอนจบนี้ก็ได้ลงในวันที่ 3 ม.ค. 2561 รับปีใหม่มพอดี

ในฉบับที่แล้วได้เขียนกระบวนการต่างๆ โดยสรุปที่กระทรวงพาณิชย์และกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ดำเนินการอย่างเป็นขั้นเป็นตอนเพื่อแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของประเทศไทยที่จะให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา มีตั้งแต่การแก้กฎหมายให้ทันต่อเทคโนโลยีที่พัฒนาไป (ถึงแม้ว่าอาจจะต้องมีการปรับปรุงกฎหมายอีกระยะหนึ่ง เนื่องจากช่วงนี้เป็นช่วงที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดเปลี่ยนแปลงไปชัดเจน)

การเข้าเป็นสมาชิกความตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา เพื่ออำนวยความสะดวกให้สามารถจดทะเบียนเพื่อรับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาได้เร็วขึ้น การเพิ่มอัตราค่าส่งตรวจสอบทั้งเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรประดิษฐ์และสิทธิบัตรออกแบบ รวมถึงหน่วยงานสนับสนุนคือ ไอที และสิ่งที่สำคัญ



ที่สุดซึ่งทำให้เห็นผลงานของไทยเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมคือ การปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาในส่วนที่ให้ความคุ้มครองกับเจ้าของสิทธิ มีมาตรการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และมีการปราบปรามผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาอย่างจริงจัง ซึ่งในส่วนสุดท้ายนี้ เนื้อที่หมดพอดี จึงต้องขอมาต่อในฉบับนี้

การดำเนินการใช้กฎหมายอย่างจริงจังนี้ สั่งการและกำกับโดยอนุกรรมการปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งมี พล.อ.ประวิตร วงษ์สุวรรณ เป็นประธาน และกรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นเลขานุการ ประกอบด้วยหัวหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีก 12 หน่วยงาน โดยมีกองอำนวยการรักษามั่นคงภายในราชอาณาจักร เป็นศูนย์ประสานงานในการปฏิบัติงาน มีการหารือร่วมกันกับหน่วยปราบปรามและเจ้าของสิทธิเป็น

ประจำ รวมทั้งได้มีการหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ทหารทั้ง 3 เหล่าทัพ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงมหาดไทย ทั้งส่วนกลางและระดับจังหวัด กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) กรมศุลกากร และกรมสอบสวนคดีพิเศษ เป็นต้น

ดำเนินการอย่างจริงจังจนการละเมิดได้หมดสิ้นไปหลายพื้นที่ ตั้งแต่เดือน ก.ค. 2560 เป็นต้นมา รวมทั้งมีการจัดตั้งศูนย์ปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อออกตรวจตราจับกุมใน 5 ย่านการค้าสำคัญ คือ ศูนย์การค้ามาบุญครอง ตลาดนัดจตุจักร ตลาดโรงเกลือ (จ.สระแก้ว) หาดป่าตอง และหาดกะรน (จ.ภูเก็ต)

เรียกว่าเป็นการร่วมมือร่วมแรงกัน
อย่างจริงจัง

ในย่านอื่นๆ ที่สหรัฐมีรายชื่อเป็น
Notorious Market เช่น สะพานเหล็ก
ถนนวิทญ์ พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า บ้านหม้อ
และถนนสุขุมวิท เป็นต้น ได้กลายเป็น
ที่ปลอดสินค้าละเมิดทรัพย์สินทาง
ปัญญา

นอกจากนี้ ในด้านการป้องปราม
การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่มีการ
ดำเนินการควบคู่กันไป คือ การร่วมมือ
กับเจ้าของที่ดิน หรือศูนย์การค้า เพื่อ
คอยตรวจสอบและตักเตือนผู้เช่าไม่ให้
ขายสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
ซึ่งนับเป็นการร่วมมือกันได้ผลดีมาก

สำหรับคำถามที่ว่า การถูกปลด
จาก PWL เป็น WL นั้นจะมีผลดีกับ
ประเทศไทยอย่างไร ผู้เขียนขออนุญาต
นำคำชี้แจงที่จัดทำโดยกรมทรัพย์สิน
ทางปัญญามาลงไว้ตามข้างล่างนี้

เรื่องผลดีจากการปรับสถานะไทย
ให้ดีขึ้น

1. มีผลดีต่อภาพลักษณ์และความ
เชื่อมั่นด้านการค้าการลงทุนของ
ประเทศในสายตาของผู้ค้าและนัก
ลงทุนต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่ม
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม
และเทคโนโลยีที่มีการใช้ทรัพย์สินทาง
ปัญญาในการขับเคลื่อนธุรกิจ ทั้งนี้ ใน
ปี 2559 มีการลงทุนโดยตรงจากต่าง
ประเทศ (FDI) จำนวน 199 พันล้าน
ดอลลาร์สหรัฐ เป็นการลงทุนจากสหรัฐ
ประมาณร้อยละ 7.4 คิดเป็นมูลค่า 15
พันล้านดอลลาร์

อนึ่ง ในปี 2560 (ม.ค.-ก.ย.) มี
โครงการต่างชาติที่ขอรับการส่งเสริม
การลงทุนตามอุตสาหกรรมเป้าหมาย
10 อุตสาหกรรม มูลค่ารวม 116,274
ล้านบาท ซึ่งมีทรัพย์สินทางปัญญาเป็น
ปัจจัยสำคัญในการผลิต 3 อันดับแรก
ประกอบด้วย ยานยนต์ คิดเป็นมูลค่า
32,429 ล้านบาท ปีโตรเคมีและ
เคมีภัณฑ์ คิดเป็นมูลค่า 26,988 ล้าน
บาท อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นมูลค่า
26,729 ล้านบาท ตามลำดับ

2. การพัฒนาระบบการคุ้มครอง
และป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทาง
ปัญญาของไทยและการปรับสถานะของ
ไทยออกจากบัญชี PWL จะมีส่วน
สำคัญในการผลักดันการเติบโตทาง
เศรษฐกิจการค้าและการลงทุนของ
ประเทศ นอกจากนี้การพัฒนาระบบ
ทรัพย์สินทางปัญญาของไทยถือเป็น
กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบาย
“Thailand 4.0” และนำประเทศไทย
ก้าวข้ามไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง

ตัวอย่างในปี 2558 อุตสาหกรรม
คอนเทนเนอร์ (ประกอบด้วย ภาพยนตร์
แอนิเมชัน เพลง เกม โทรศัพท์) ของ
ไทย มีมูลค่า 253 ล้านบาท เพิ่มขึ้น
จากปี 2554 ที่มีมูลค่า 197 ล้านบาท
คิดเป็นร้อยละ 28 นอกจากนี้ มูลค่า
การใช้จ่ายเพื่อบริโภคสื่อคอนเทนต์ใน
ประเทศเพิ่มขึ้นมากกว่า 2.3 เท่า หรือ
จาก 2.4 หมื่นล้านบาท ในปี 2554
เป็น 5.6 หมื่นล้านบาท ในปี 2558 ซึ่ง
สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของอุตสาหกรรม
ในประเทศที่อาศัยทรัพย์สินทาง
ปัญญาเป็นตัวขับเคลื่อน

3. ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหนึ่งใน
ปัจจัยสำคัญที่สหรัฐพิจารณาในการให้
สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร หรือจีเอส
พี ซึ่งสหรัฐให้แก่ประเทศคู่ค้าต่างๆ
รวมถึงไทยด้วย โดยในปี 2560 (เดือน
ม.ค.-ก.ย.) ไทยมีมูลค่าการส่งออกของ
รายการสินค้าที่ได้รับสิทธิจีเอสพีไปยัง
สหรัฐ 4,245 ล้านดอลลาร์ มีมูลค่าการ
ส่งออกภายใต้สิทธิจีเอสพี 3,098 ล้าน
ดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนการใช้สิทธิจี
เอสพีร้อยละ 72.98 สินค้าสำคัญที่มี
การใช้สิทธิจีเอสพีสูง ได้แก่ ส่วน
ประกอบเครื่องปรับอากาศ เครื่องดื่ม
อื่นๆ ถูมือยาง อาหารปรุงแต่ง และ
ส่วนประกอบยานยนต์ เป็นต้น ■

ไฟฟ้า กรุงเทพฯ



เปิดตัว...พลเอก สุกิจ
ฉัตรสุณทรา ประธานกรรมการ
การกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และ
กิจการโทรคมนาคมแห่ง
ชาติ (กสทช.) เป็นประธาน
เปิดตัว วารสาร
วิชาการ กสทช. ประจำปี
2560 (NBTC Journal
2017) เพื่อเป็นแหล่ง
รวบรวมความรู้และงาน
วิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร
คลื่นความถี่ของประเทศ

ทินหุ้น - บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) แนะนำ ชื่อหุ้นกลุ่มสื่อสาร โดยคัดหุ้นเด่นอย่าง ADVANC และ AIT เป็นตัวนำ โดยปี 2018 จะกลับมาเติบโต ทั้งนี้ เรามีมุมมองเป็นบวกต่อภาพรวมกลุ่มสื่อสารในปี 2018 จากการเติบโตของโลก Digital ซึ่งเป็นบวกต่อทั้งกลุ่ม Mobile Operator และ SI จากการใช้งานด้าน Data ที่เพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณและแรงกระตุ้นให้เกิดการลงทุนระบบ IT มากขึ้น ขณะที่กลุ่มดาวเทียมยังต้องเผชิญแรงกดดันจากโลกและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เรายังคงแนะนำให้นักลงทุน "Overweight" โดยเลือก ADVANC และ AIT เป็น Top Pick

● ภาพอุตสาหกรรมยังสดใส

ภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อสารยังดูแข็งแกร่งจากแรงกระตุ้นของนโยบาย Thailand 4.0 รวมถึงโลกปัจจุบันที่เข้าสู่ยุค Digital ซึ่งทำให้เกิดการใช้งานด้าน Data ให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างทวีคูณและเป็นบวกกับผู้ให้บริการโครงข่ายทั้ง Mobile และ Fixed Broadband Operator รวมถึงยังกระตุ้นให้ทั้งภาครัฐและเอกชนเกิดการลงทุนในระบบ IT มากขึ้นซึ่งเป็นบวกกับกลุ่ม SI

กลุ่มสื่อสารดาวเด่นปี18 AIT นำลงทุนเข้า 32 บาท



● กลุ่ม Mobile Operator จะกลับมาทำกำไรโตครั้งแรกในรอบ 3 ปี

เราคาดว่ากำไรปกติของกลุ่ม Mobile Operator จะพลิกกลับมาเติบโตเป็นครั้งแรกในรอบ 3 ปี +16.5% Y-Y จากการแข่งขันที่เริ่มลดความรุนแรงลงโดยเฉพาะอย่างยิ่ง

ยังในส่วน Handset Subsidy ขณะที่การประมูลคลื่นความถี่ในปี 2018 เราไม่คิดว่าการแข่งขันจะรุนแรงมากเนื่องจากราคาตั้งต้นที่สูงเป็นทุนเดิมและภาระหนี้ของผู้ชนะประมูลรอบก่อนที่ยังเหลืออยู่ รวมถึงการที่ DTAC ได้คลื่น 2300

MHz ของ TOT มาใช้งานหลังล่าสุดกสทช.เห็นชอบแผนธุรกิจ เราคาดว่า ADVANC อยู่ในสถานะที่ดีที่สุดทั้งจากทรัพยากรคลื่นและโครงข่ายในมือขณะที่กระแสเงินสดแข็งแกร่ง

● ดาวเทียมยังไม่สดใส แต่ SI ดูดี

ทั้นฮูน

Thun Hoon
Circulation: 100,000
Ad Rate: 550

Section: First Section/-

วันที่: พุธ 3 มกราคม 2561

ปีที่: 14

ฉบับที่: 3412

หน้า: 13(บน)

Col.Inch: 53.41

Ad Value: 29,375.50

PRValue (x3): 88,126.50

คลิป: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: กลุ่มสื่อสารดาวเด่นปี 18 AIT นำลงทุนเป้า 32 บาท

อุตสาหกรรมดาวเทียมยังต้องเผชิญกับแรงกดดันจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยรับชมรายการต่างๆ บน Online Platform และรูปแบบ On-Demand มากขึ้น รวมถึงการขยายตัวของโครงข่าย Fiber Optic ที่มาบังคับความต้องการใช้งานดาวเทียมในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งถือเป็นลบกับธุรกิจของ THCOM โดยตรงและยังมีประเด็นกดดันจากข้อพิพาทกับภาครัฐที่ยังไม่ได้ข้อสรุป ขณะที่กลุ่ม SI คาดว่ายังได้อานิสงส์จากการลงทุนระบบ IT มากขึ้นตามโลกยุค Digital รวมถึงสถานการณ์การเมืองที่มีเสถียรภาพน่าจะทำให้ปริมาณงานประมูลภาครัฐในตลาดยังอยู่ในระดับสูง

● คงน้ำหนัก Overweight เลือก

ADVANC และ AIT เป็น Top pick

เรายังคงน้ำหนักการลงทุน Overweight สำหรับกลุ่มสื่อสารจากภาพรวมอุตสาหกรรมที่ดูแข็งแกร่งขึ้น โดยเลือก ADVANC (ราคาเหมาะสม 220 บาท) เป็น Top Pick ในกลุ่ม Mobile Operator จากกำไรที่จะกลับมาเติบโตในปี 2018 ขณะที่กลุ่ม SI เราเลือก AIT (ราคาเหมาะสม 32 บาท) เป็น Top Pick จากปันผลที่สูงราว 7% ต่อปี



สองโอกาส พล.ร.อ.ศิษุวัชร วงษ์สุวรรณ ประธาน กมธ.การกฎหมาย ยุติธรรม ตำรวจ สนช.จัดงานเลี้ยงส่งสภรคืบใหม่ พร้อมขอบคุณคณะทำงาน โดยมี พงษ์นิวัฒน์ ยุทธภัณฑ์บริหาร พล.ต.ท.วินุญธ์ บางท่าไม้ ธาณิ อ่อนละเอียด ไพรัช วรปานิ และ ลัดดา อรุณธาริ ร่วมด้วย ที่ภัตตาคารเทอเรสวิว



สองโอกาส พล.ร.อ.ศิษุวัชร วงษ์สุวรรณ ประธาน กมธ.การกฎหมาย ยุติธรรม ตำรวจ สนช.จัดงานเลี้ยงส่งสภรคืบใหม่ พร้อมขอบคุณคณะทำงาน โดยมี พงษ์นิวัฒน์ ยุทธภัณฑ์บริหาร พล.ต.ท.วินุลย์ บางท่าไม้ ธาณิ อ่อนละเอียด ไพรัช วรปานิ และ ลัดดา อรุณธาริ ร่วมด้วย ที่ภัตตาคารเทอเรสวิว

สังคม สยามรัฐ



◆ **ทูอินวัน...กิตติพงษ์ เตรตันชัย** นายกสมาคมวิเทศพาณิชย์ไทย-จีน จัดงานเลี้ยง
สังสรรค์ปีใหม่ พร้อมแสดงความยินดีแก่ พล.ต.ต.จิรสันต์ แก้วแสงเอก ในโอกาสได้
เป็นรองผู้บัญชาการตำรวจนครบาล โดยมี **ภาภูมิ สรอัทธ** และ **ไพรัช วรปานิ** ร่วม
แสดงความยินดี ที่ภัตตาคาร หงเปา เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม