

ตีอั้งคณะกรรมการ แก้ปัญหาวข้าวปลอม สรปกก.ยอย29ส.ค.

“รณว.ตีอั้ง” ตั้งคณะกรรมการประสานงานและแก้ไขปัญหาวข้าวปลอมที่กระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินประชาชน จ่อสรปตั้งคณะกรรมการยอย 29 ส.ค.นี้ คาดศูนย์ตรวจสอบข้าวปลอมพร้อมทำงานต.ค.นี้

นายพุทธิพงษ์ ปุณณกันต์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดีอี) เปิดเผยว่า สำหรับความคืบหน้าในการตั้งศูนย์ตรวจสอบข้าวปลอม ล่าสุดได้แต่งตั้ง “คณะกรรมการประสานงานและแก้ไขปัญหาวข้าวปลอมที่กระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินประชาชน” โดยมีตนเองเป็นประธานกรรมการ พร้อมดึงตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาร่วมเป็นคณะกรรมการ โดยคณะกรรมการฯ ดังกล่าวนี้นี้มี 25 คน

ขณะเดียวกัน จะมีการเชิญหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาทำงานร่วมกันมากขึ้น ทั้งสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.), เฟซบุ๊ก และ ภูเก็ต เพื่อเป็นการรวมศูนย์เกี่ยวกับการตรวจสอบข้าวปลอมครั้งแรก

สำหรับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดนี้ จะครอบคลุมการวางแผนการดำเนินงานและแผนการเผยแพร่ตามขั้นตอนการพิจารณาข้าวปลอม การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารออนไลน์อย่างรู้เท่าทันของภาครัฐ ติดตาม ตรวจสอบ ข้อมูลที่เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์และระบบอินเทอร์เน็ต พร้อมวิเคราะห์แนวโน้มและบ่งชี้ข้อมูลที่เป็นข้าวปลอม ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบข้อมูล ผลิตข้อมูลที่ถูกต้อง และจัดส่งข้อมูลต่อหน่วยงานที่เป็นเจ้าของเรื่องประกอบการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่

รวมไปถึงดำเนินขั้นตอนการตอบโต้ข้อมูลข่าวสารปลอม และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องต่อประชาชน และสาธารณะชน ผ่านกลไกภาคสื่อสารมวลชน เครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รายงานผลการดำเนินงานต่อรณว.กระทรวงดิจิทัลฯ รวมถึงแต่งตั้งคณะทำงานที่เกี่ยวข้องต่อการปฏิบัติงานในการประสานงานและแก้ไขปัญหาวข้าวปลอม ส่วนเรื่องความผิดตามพ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 เป็นหน้าที่ของฝ่ายกฎหมาย ซึ่งหากมีการตรวจสอบแล้วว่าเป็นข้าวปลอมและมีการแชร์อีกจะผิดกฎหมาย

ทั้งนี้ จะมีการหาข้อสรุปในการตั้งคณะกรรมการยอยเพื่อตรวจสอบข้าวในแต่ละด้าน เช่น ด้านสังคม, การเงิน, อาหารและยา เป็นต้น ในวันที่ 29 ส.ค. 2562 เพื่อให้ทำงานตรวจสอบข้าวปลอมได้รวดเร็วขึ้น โดยในช่วงแรกสามารถทราบผลว่าเป็นข้าวปลอมหรือไม่ภายใน 2 ชั่วโมง จากนั้นจึงค่อยนำข้อมูลออกมาชี้แจงภายหลัง และภายใน 3 เดือน จะทำให้เร็วขึ้นเป็น 1 ชั่วโมง คาดว่าภายในเดือน ต.ค. 2562 ศูนย์นี้จะสามารถทำงานได้

นอกจากนี้ จะมีเว็บไซต์ในการรวบรวมข้าวปลอมให้ประชาชนเข้ามาตรวจสอบ รวมถึงการมีแชตบอตเพื่อให้ประชาชนเข้ามาแจ้งและสอบถามเกี่ยวกับข้าวปลอมได้ นอกจากนี้จะมีไลน์ออฟฟิเชียล ในการเป็นกลุ่มเผยแพร่และชี้แจงข้าวปลอม ทั้งนี้ขอยืนยันว่าศูนย์นี้จะไม่เป็นเครื่องมือของรัฐแน่นอนและไม่ยุ่งเกี่ยวกับความคิดเห็นส่วนตัวของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ■

“ดีอี” ดึง “ไลน์” ร่วมปราบข่าวปลอม!

นายพุทธิพงษ์ ปุณณกันต์ รมว.ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดีอี) เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ว่าข่าวนี้เป็นข่าวจริงหรือข่าวปลอมเปิดเผยถึงความคืบหน้าการแก้ไขปัญหาข่าวปลอม (Fake News) ว่า ที่ประชุมเห็นชอบการตั้งคณะกรรมการประสานงานและแก้ไขปัญหาข่าวปลอม ที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน โดยตนเองจะเป็นประธานเพื่อให้เห็นผลการทำงานเป็นรูปธรรมภายใน 3 เดือน หรือภายในเดือน ต.ค.นี้ จะต้องมีส่วนประสานข่าวปลอมที่ชัดเจน

“นอกจากจะตั้งส่วนงานที่เกี่ยวข้องมาช่วยทำงานแก้ไขปัญหาข่าวปลอมแล้ว ล่าสุดยังได้เจรจากับบริษัท ไลน์ ประเทศไทย จำกัด แอปพลิเคชันที่มีคนไทยใช้งานมากที่สุด ร่วมด้วยช่วยกันป้องกันตรวจสอบข่าวปลอมด้วย เช่น กรณีมีข่าวปลอมเกิดขึ้น เมื่อศูนย์ปราบข่าวปลอมแก้ข่าวแล้ว ก็จะให้ไลน์ขึ้นข่าวจริงนำเสนอแทน แล้วเปรียบเทียบข่าวปลอมข่าวจริงให้ประชาชนรับทราบชัดเจน รวมถึงอาจทำเพจเฟสบุ๊กต่อต้านข่าวลวงด้วย

กันแน่ โดยกรณีที่เกิดข่าวปลอม ศูนย์ปราบข่าวปลอมจะต้องแก้ข่าวให้ได้ภายในระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง และเมื่อชี้แจงแล้ว ใครยังแชร์ข่าวปลอมอีกถือว่ากระทำความผิดตาม พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 มีโทษปรับ 100,000 บาท และจำคุก 5 ปี หรือทั้งจำและปรับ”

นายพุทธิพงษ์ กล่าวว่า ในการประชุมครั้งนี้ ได้มีการนัดประชุมกันอีกครั้งในวันที่ 29 ส.ค.นี้ เพื่อกำหนดกรอบการทำงานของศูนย์ปราบข่าวปลอมให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น หลังจากที่ได้มอบหมายให้แต่ละหน่วยงาน อาทิ สำนักงานอาหารและยา (อย.) สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปทำการบ้านถึงกรอบการทำงานเพื่อนำเสนอในการประชุมครั้งต่อไป.

เล็งตั้งศูนย์ยืนยันข้อมูลลดเวลาตรวจสอบ OTT



กสทช. ปลื้มประชุมโอเปรเตอร์อาเซียนเกี่ยวกับค่าบริการ OTT มีผู้ให้บริการ OTT รายใหญ่เข้าร่วมประชุมพร้อม

หน้า เล็งเสนอไอเดียตั้งศูนย์ยืนยันข้อมูล คาดช่วยลดเวลาตรวจสอบเร็วขึ้น

นายฐากร ดัชนีสิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการการกระจายเสียง การโทรคมนาคม และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กล่าวว่า การประชุม ASEAN Telecommunication Regulator's Council : ATRC ครั้งที่ 25 ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ ระหว่างวันที่ 20-21 ส.ค.2562 คณะทำงานด้าน OTT ได้ร่วมกันหารือเกี่ยวกับการจัดเก็บรายได้ OTT เข้าประเทศของสมาชิก 10 ประเทศในอาเซียน เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมหลังจากที่เรื่องนี้มีการหารือร่วมกันตั้งแต่ 2 ปีที่แล้ว แต่ยังไม่ได้ข้อสรุป

ทั้งนี้ผู้ให้บริการ OTT เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์, อเมซอน, เน็ตฟลิกซ์ และวอลต์ดิสนีย์ ได้เข้าร่วมประชุมด้วย แต่ยังไม่สามารถเปิดเผยรายละเอียดได้จนกว่าจะมีมติที่ประชุมของ 10 ประเทศอาเซียน

ซึ่งการกำหนดการเก็บค่าบริการ OTT นั้น จะเป็นการกำหนดกรอบกว้าง เพื่อให้แต่ละประเทศลงรายละเอียดที่เหมาะสมกับแต่ละประเทศเอง โดยประเทศไทยได้เสนอเงื่อนไขในการเก็บค่าบริการ OTT 3 เรื่อง คือ 1.ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อค่าบริการของประชาชน 2.ต้องมีรายได้เข้าประเทศ และ 3.ขอให้ OTT ให้ความร่วมมือ

นอกจากนี้ ยังได้เสนอให้ OTT ดำเนินการเรื่องการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลให้รวดเร็วขึ้น โดยจะจ้างบริษัทกลางเพื่อตั้งศูนย์ประสานงานและยืนยันความถูกต้องของข้อมูล เพื่อเป็นศูนย์สำหรับประสานงานกับบริการ OTT ในประเทศอาเซียนศูนย์กลาง 1 ประเทศ แม้ว่าทาง OTT เช่น เฟซบุ๊ก จะมีการดำเนินการอยู่แล้ว แต่ระยะเวลาตรวจสอบ 1 เดือนนั้นช้าไป หากมีบริษัทกลางเข้ามาดูแล การตรวจสอบจะเร็วขึ้นเหลือเพียง 1-2 วัน ซึ่ง

ทางเฟซบุ๊กก็ให้ความสนใจและจะคุยกันในรายละเอียดอีกครั้งหนึ่ง

“การจัดตั้งศูนย์ดังกล่าว OTT สามารถเลือกตัวแทนในประเทศนั้น ๆ เพื่อทำหน้าที่ยืนยันข้อมูลได้ทันที โดยกสทช.จะเป็นผู้ดูแลอยู่ห่าง ๆ แต่จะโปรโมตให้ประชาชนสามารถเข้าไปใช้บริการและแจ้งข้อมูลเพื่อให้ตรวจสอบได้ โดย OTT ต้องเสียค่าใช้จ่ายเอง ซึ่งเรื่องนี้ตนมองว่าจะเป็นการทำงานส่งเสริมกับนโยบายของกระทรวงดีอี เพราะปัจจุบันมีการปลอมแปลงเอกสารและปล่อยข่าวลวงมากกว่าจะตรวจสอบได้ก็ใช้เวลาเป็นเดือน ซึ่งทุกประเทศในอาเซียนมีความกังวลเรื่องนี้ไม่แพ้กัน ขณะที่เฟซบุ๊กเองก็มีรูปแบบการจ้างบริษัทกลางในการตรวจสอบข้อมูลในสหรัฐอเมริกาแล้วกว่า 10 บริษัท ดังนั้นจึงควรจะทำกับ 10 ประเทศในอาเซียนด้วย”.



โฮมชอปปิ้งรวมพลังครองเมือง

อันดับ 1 ชื่อโฆษณา **อุมที่วัดจตุล**
พระเจ้าจอร์จ! ผู้สูงอายุทาร์เก็ตใหม่กระเป๋านัก

การตลาด โฮมชอปปิ้ง ปีนี้ลุ้น 1.5 หมื่นล้านบาท โต 11% แม้ทีวีหายไป 7 ช่อง พร้อมรับบัลลังก์ป้า แทกทีมชื่อโฆษณาสูงสุดตลอดปีรวม 3,000 ล้านบาท น้ำขึ้นต้องรีบตัก สเต็ปต์ต่อไปเอาใจกลุ่มผู้สูงอายุ เหตุไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยที่ชื่อง่ายจำคล่อง และกระเป๋าหนักมาก!

นาที่นี้คงไม่มีอะไรมาจุดโฮมชอปปิ้งไว้ได้ จากภาพการนำเสนอขายสินค้าหลังเที่ยงคืน ที่ดูยังงี้ก็ไม่น่าจะรุ่ง แต่วันนี้กลับเป็นพระเอกที่มีข่าวทีวีดีจตุลทุกช่องพร้อมต้อนรับแบบยอมได้ทุกอย่างเพียงมาลงโฆษณาทางช่อง จึงไม่แปลกใจที่รายการโฮมชอปปิ้งหลังเที่ยงคืน จะมาอยู่บนช่วงเวลาไพรม์ไทม์ หรือบนช่วงเวลาของรายการที่ดีที่สุดของแต่ละช่อง จากเด็กหลังห้องมาสู่ตำแหน่ง "ป้า" ที่ชื่อโฆษณาคืออันดับหนึ่งในวันนี้

● ปี 62 โฮมชอปปิ้งแทกทีมอันดับ 1
ชื่อโฆษณาร่วม 3 พันล.

เหตุผลที่ทำให้โฮมชอปปิ้งกลายเป็นผู้ใช้งบโฆษณาสูงสุด เกิดจากหลายสาเหตุ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนช่องทีวีที่เพิ่มขึ้น 2-3 เท่าตัว รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อสินค้ากลุ่ม FMCG ที่ชะลอการใช้งบโฆษณา ส่งผลให้พื้นที่โฆษณาเหลือว่างมากมาย เรตการซื้อโฆษณาก็ปรับตัวลดลงมา จึงเป็นโอกาสที่โฮมชอปปิ้งเข้ามา รวมถึงเป็นช่องทางให้ทีวีหลายช่องหันมาทำและเป็นเจ้าของโฮมชอปปิ้งเอง ทำให้วันนี้กลุ่มโฮมชอปปิ้งจึงรับบัลลังก์การซื้อโฆษณาคืออันดับ 1 แทนกลุ่มเดิม

โดยยืนยันได้จากในรอบ 7 เดือน เบรนด์สินค้าที่ใช้งบโฆษณาสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1.ทีวีไดเรค 903,644,000 บาท 2.สนุก ช้อปปิ้ง 717,021,000 บาท และ 3.เครื่องดื่มโค้ก 678,865,000 บาท ส่วนกลุ่มบริษัทที่

ใช้งบประมาณสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1. ยูนิลีเวอร์ 1,749,875,000 บาท 2. Procter&Gamble 1,489,449,000 บาท และ 3.เนสท์เล่ 1,231,484,000 บาท โดยอันดับ 4 คือทีวีโฮมช้อปปิ้งที่ไม่ทราบชื่อ ใช้สูงถึง 1,134,675,000 บาท มากกว่าทีวีไคร้ที่อยู่อันดับ 7 ใช้ไป 903,731,000 บาท หรือกล่าวได้ว่า 7เดือนที่ผ่านมา กลุ่มโฮมช้อปปิ้ง รวมตัวกันซื้อโฆษณาเป็นอันดับ 1 ด้วยมูลค่าไม่ต่ำกว่า 2,038.406 ล้านบาท ส่วนทั้งปีคาดว่าจะใช้สูงไม่ต่ำกว่า 3,000 ล้านบาท

● ภาพรวมโฮมช้อปปิ้งสิ้น 15,000 ล้านบาท

ย้อนไปช่วง 5 ปีนี้ ธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้ง เติบโตมาต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่ปี 2558 มีมูลค่า 8,444 ล้านบาท โต 17.5% ปี 2559 มูลค่า 9,840 ล้านบาท โต 14.2% ปี 2560 มูลค่า 11,670 ล้านบาท โต 15.7% ปี 2561 มูลค่า 13,820 ล้านบาท โต 15.5% และในปี 2562 นี้ คาดว่า จะโตขึ้นอีก 11% หรือมีมูลค่า 15,340 ล้านบาท

โดยนายทรงพล ชัญญมาตรกิจ นายกสมาคมทีวีโฮมช้อปปิ้ง (ประเทศไทย) เปิดเผยว่าในปีที่ผ่านมา ภาพรวมธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 13,823 ล้านบาท ปีนี้คาดว่าจะโตอยู่ที่ 11% หรือน่าจะมีมูลค่ารวม 15,000 ล้านบาท ซึ่งปีนี้ภาพรวมธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาโต 12.11% หรือมูลค่าตลาดรวม 7,351 ล้านบาท แบ่งเป็นธุรกิจทีวีช้อปปิ้ง 4,243 ล้านบาท โต 8% และธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง 3,107 ล้านบาท โต 14% ปัจจุบันที่ตลาดเติบโตชะลอตัวมาจากภาพรวมเศรษฐกิจครึ่งปีแรกของปีนี้มีอัตราเติบโตลดลง ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคชะลอการใช้จ่ายใช้สอย เลือกซื้อสินค้า

ส่วนแนวโน้มธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งในช่วงครึ่งปีหลังนี้ ทางสมาคมฯ คาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 6,983 ล้านบาท ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปีเนื่องจากภาพรวมเศรษฐกิจยังมีแนวโน้มชะลอตัวจากปัจจัยลบภายในและภายนอก ส่งผลให้กำลังซื้อผู้บริโภคน่าจะยังไม่ฟื้นตัว นอกจากนี้ยังมีผลกระทบจากการที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลทั้ง 7 ช่องทยอยคืนช่องแก่ กสทช.

โดยความท้าทายในครึ่งปีหลังนี้มีอยู่ 4 ข้อ คือ 1.แพลตฟอร์มทีวีดิจิทัล 7 ช่องหายไป โอกาสของโฮมช้อปปิ้งย่อมมีน้อยลง กระทั่งยอดขายในครึ่งปีหลังแน่นอน 2.ผู้บริโภคมีหนี้ครัวเรือนสูงขึ้น จาก 20% เป็น 30% ของจำนวน 22 ล้านครัวเรือน จากปี 2559 ที่ผ่าน มา 3.ผู้ประกอบการโฮมช้อปปิ้งมีมากขึ้น ทั้งในรูปแบบโฮมช้อปปิ้งที่มีไลเซนส์ซื้อโฮมช้อปปิ้งของตัวเองขายแบบ 24 ชม. และทีวีโฮมช้อปปิ้งที่ซื้อเวลาออกอากาศ เพื่อนำเสนอขายสินค้า รวมถึงเจ้าของช่องทีวีดิจิทัลที่หันมาทำโฮมช้อปปิ้งเองมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันจากจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น และ 4.ออนไลน์ช้อปปิ้งมูลค่า 195,000 ล้านบาท โต



ทรงพล ชัญญมาตรกิจ



ท็อป 10 อันดับชอว์ทีวี

ที่มีเรตติ้งรายการโสมชอปปิ้งสูงสุด ช่วง ม.ค-มิ.ย.62



3HD เรตติ้ง **3.19** ①

6 TV Direct1 เรตติ้ง **1.19**



7HD เรตติ้ง **3.02** ②

7 TV Direct2 เรตติ้ง **1.14**



True Shopping เรตติ้ง **1.27** ③

8 TV Direct3 เรตติ้ง **1.14**



O Shopping เรตติ้ง **1.21** ④

9 High Shopping เรตติ้ง **1.12**



TVD Shopping เรตติ้ง **1.30** ⑤

10 Shop Channel เรตติ้ง **0.11**



ที่มา : สมาคมทีวีโสมชอปปิ้ง(ประเทศไทย)

30% ซึ่งมีทั้งผลดีและผลเสียต่อโสมชอปปิ้ง ต้องใช้ให้ดี อย่างไรก็ตาม โอกาสของโสมชอปปิ้งในประเทศไทยยังมีสูงมาก เพราะปัจจุบันมีสัดส่วนต่ำกว่า 1% ของภาพรวมค่าปลีกทั้งหมด แตกต่างจากหลายประเทศอย่าง เกาหลี และจีนที่มีกว่า 10-30%

นายองอาจ ประภาภมร รองนายกสมาคมทีวีโสมชอปปิ้ง (ประเทศไทย) และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทรู จีเอส จำกัด กล่าวว่า แม้ทีวีดิจิทัลจะหายไป 7 ช่อง แต่กลุ่มโสมชอปปิ้งยังมีแพลตฟอร์มของตัวเอง มีแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ ออนไลน์ ที่ช่วยกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ถึงแม้จะมีคู่แข่งมากขึ้น แต่จุดแข็งของโสมชอปปิ้ง คือ การนำสินค้ามาในวินาที โสมชอปปิ้งจะเป็นคัดสรรสินค้ามาให้การันตีได้ว่าเป็นแบรนด์แท้ ราคาและคุณภาพ โปรโมชันที่ดีกว่า รวมถึงนำเสนอขายที่เน้นความสะดวกตั้งแต่ต้น

ทางจนถึงปลายทาง ในรูปแบบออมนิ채นแนล อีกทั้งอยู่ภายใต้การควบคุมของหลายหน่วยงานทั้ง กสทช. สคบ. และ อย. ถือเป็นจุดแข็งที่ช่วยให้โสมชอปปิ้งยังเติบโตได้อีกมาก

โดยมองว่าธุรกิจ อี-คอมเมิร์ซ และโซเชียลคอมเมิร์ซเป็นผลบวกให้กับทีวีโสมชอปปิ้ง เพราะถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ได้เจอ (White Space) ส่งผลดีต่อภาพรวมธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้าน เนื่องจากผู้บริโภคกล้าทดลองสั่งซื้อโดยไม่ได้รับผลสินค้า ส่งผลให้ผู้ประกอบการทีวีชอปปิ้งมีฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

● เทรนด์ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าโสมชอปปิ้ง
นายลี แฮ ซึ่ง กรรมการสมาคมทีวีโสมชอปปิ้ง (ประเทศไทย) และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท

วบโฆษณาบนสื่อทีวีดิจิทัล

ม.ค-มิ.ย. 62 มีมูลค่ารวม 33,037 ล้านบาท



แบ่งออกเป็น



ช่องHD 20,698 ล้านบาท ①



ช่องSD 9,116 ล้านบาท ②



ช่องPublic 1,741 ล้านบาท ③

ช่องNews 1,199 ล้านบาท ④



ช่องchildren 286 ล้านบาท ⑤



ผู้จัดการ
info
Graphics

ที่มา : สมาคมทีวีไอเอ็มบี(ประเทศไทย)

โฮมชอปปีง จำกัด ได้กล่าวถึง เทรนด์โฮมชอปปีงว่า มีอยู่ 6 ข้อ คือ 1. Prosumer โดยปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยเป็นการผสมผสานกับระหว่าง Shopping Experience และ Shopping Journey ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็วและตรงตามความต้องการ เนื่องจากผู้บริโภคได้ยกระดับสู่การเป็น Prosumer (Professional + Consumer) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น จึงมีการศึกษาข้อมูลสินค้า เปรียบเทียบราคาและโปรโมชั่น และต้องการเลือกซื้อสินค้าในช่องทางที่ได้ราคาที่ดีที่สุด

2.Urban Life อยู่ที่ไหนก็ได้แต่เข้าถึงเทคโนโลยีได้ตลอดเวลา 3. Independent พึ่งพาตัวเอง มีความสุขกับตัวเอง มีความเป็นปัจเจก อิสระ สุขนิยม ไม่พึ่งพาลาตามากเกินไป 4.High Demand มีความซับซ้อนและพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น 5.Quick รวดเร็ว ฉับไว เวลาซื้อ การซื้อสินค้าต้องเหมาะสมและรวดเร็ว และ 6.Age อายุเป็นเพียงตัวเลข กลุ่มผู้สูงอายุเยอะขึ้น เอนจอยชีวิตแบบคนรุ่นใหม่

● เทรนด์สินค้าโฮมชอปปีงในอนาคต

นายลี แส ซึ่ง กล่าวด้วยว่า ปัจจุบันในเกาหลี กลุ่มสินค้าโฮมชอปปีง ขยายไปสู่ กลุ่มอาหารและไพรเวตแบรนด์ จากการพัฒนาโครงสร้างขนส่งที่ดีขึ้น ซึ่งในไทยเองเชื่อว่าจะมีทิศทางเดียวกับเกาหลี ต่อจากนี้สินค้าโฮมชอปปีงจะมีความหลากหลายมากขึ้น ตอบ

โจทย์สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

โดยสินค้าโฮมชอปปีงที่จะมาแรงในอนาคต ได้แก่ 1.สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ จากการที่ไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในระยะอันใกล้ และกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ตัดสินใจซื้อง่าย สินค้าที่จะมาตอบโจทย์ เช่น อาหาร, เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และเฟอร์นิเจอร์ที่จะมาอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตภายในบ้าน เป็นต้น จากปัจจุบันฐานลูกค้าใหญ่คือ กลุ่ม Baby Boomer ที่เกิดในปี 2489-2507 และ Gen X ที่เกิดในปี 2508-2522 ซึ่งยังมีพฤติกรรมรับชมทีวีเป็นสื่อหลัก และกำลังปรับตัวเข้าสู่การสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ ตามลำดับ 2.สินค้ากลุ่ม Eco Friendly ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ย่อยสลายง่าย เป็นต้น และ 3.สินค้า Food Product และไพรเวตแบรนด์

แน่นอนว่า โฮมชอปปีงยังมีอนาคตที่สดใส และใน 3-5 ปีหลังจากนี้ ยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากฐานลูกค้าหลักที่มีอายุ 30-35 ปีขึ้นไป คิดเป็น 2 ใน 3 ของจำนวนประชากรทั่วประเทศ โดยจับกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ระดับ C ไปจนถึง A+ ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละบริษัท สินค้าขายดียังคงเป็น อุปกรณ์ประกอบอาหาร, เครื่องสำอาง, ชุดชั้นใน, แฟชั่น และของใช้ภายในบ้าน

ขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัท ขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภค มีทั้ง

ผู้จัดการรายวัน 360°

Poo Jadkarn Daily 360 Degree
Circulation: 850,000
Ad Rate: 1,500

Section: iBusiness/-

วันที่: พุธที่ 22 สิงหาคม 2562

ปีที่: 11

ฉบับที่: 2980

Col.Inch: 236.27 Ad Value: 354,405

หัวข้อข่าว: โฮมชอปปิ้ง รวมพลังครองเมือง

หน้า: 6(เต็มหน้า)

PRValue (x3): 1,063,215

คลิป: สีสี่

ต้องดูซ้ำก่อน 2-3 ครั้ง จึงตัดสินใจซื้อและซื้อเลยหลังดูในครั้งแรก ขึ้นอยู่กับสินค้าว่ารู้จักมากแค่ไหน ราคาสูงก็อาจจะดูหลายครั้งก่อน ราคาถูกก็ซื้อทันที ที่สำคัญโฮมชอปปิ้งยังเป็นธุรกิจที่ไม่มีใครเข้ามาแทนที่ได้ ซึ่งที่วิเคราะห์ผลบวกและลบกับโฮมชอปปิ้ง ดังนั้นการที่จะอยู่รอดได้ คือการวางแผนธุรกิจ นั่นคือ ต้องวางแผนแบบระยะสั้น ปรับตัวให้ทันเข้าเร็วออกเร็วจึงจะรอด และไม่ควรระมัด เพราะจุดแข็งในวันนี้จะเป็นจุดอ่อนของวันพรุ่งนี้.

'ทีวีโฮมช้อปปิ้ง'โตไม่หยุด สินค้า'สูงวัย-อาหาร'บูมสุด

นายทรงพล ชัญญมาตรกิจ นายกสมาคมทีวีโฮมช้อปปิ้ง (ประเทศไทย) เปิดเผยว่า ปีนี้คาดว่าจะภาพรวมธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งมีมูลค่าประมาณ 14,334 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 61 ที่มีมูลค่า 13,823 ล้านบาท จากอานิสงส์การเติบโตของธุรกิจอี-คอมเมิร์ซที่ส่งผลดีกับภาพรวมธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้าน ทำให้ผู้บริโภคกล้าทดลองสั่งซื้อสินค้าโดยไม่ต้องสัมผัสของจริง ส่งผลให้ทีวีช้อปปิ้งมีฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และธุรกิจดังกล่าวอยู่ภายใต้การควบคุมหน่วยงานภาครัฐ เช่น สคบ., กสทช.



ทรงพล ชัญญมาตรกิจ

ทำให้ไม่สามารถโฆษณาสรรพคุณสินค้าเกินจริงจึงกลายเป็นผลดีด้านความมั่นใจของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านทีวีช้อปปิ้ง

“การมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด อาทิ ช่อเงี๊วริค พอยท์, อัมรินทร์ และทีวีช่องอื่น ๆ ที่เริ่มเข้ามาทำธุรกิจด้านนี้ ทำให้

สะท้อนได้ว่าทีวีช้อปปิ้งยังมีการเติบโตที่ดีและมีกลุ่มลูกค้าที่เหนียวแน่น รวมถึงไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการขยายตัวของธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากจับกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างแตกต่างกัน”

ทั้งนี้ กลุ่มสินค้าที่ขายดีส่วนใหญ่เป็นเทรนด์สินค้าที่เป็นความต้องการในอนาคต ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้านวัตกรรมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นเมกะเทรนด์ของไทยจากสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับฐานลูกค้า

หลักของทีวีโฮมช้อปปิ้งที่มีพฤติกรรมรับชมทีวีเป็นสื่อหลัก และกำลังปรับตัวเข้าสู่การสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ และสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งคาดว่าจะมีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้น รวมถึงกลุ่มสินค้าด้านอาหารที่กำลังเติบโต.

ตลาดทีวีโฮมช้อปปิ้งมีหนทาง

● หวั่นพิษเศรษฐกิจชะลอตัวป่วนกำลังซื้อครึ่งปีหลัง

นายทรงพล ชัยมาตรกิจ นายกสมาคมทีวีโฮมช้อปปิ้ง (ประเทศไทย) เปิดเผยว่าในปีที่ผ่านมา ภาพรวมธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 13,823 ล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้า 15.5% ปัจจัยมาจากมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด อาทิ เวิร์คพอยท์, อมรินทร์ทีวี, และผู้ประกอบการทีวีช่องอื่นๆ ที่เริ่มเข้ามาทำธุรกิจทางด้านนี้ สะท้อนว่าธุรกิจทีวีช้อปปิ้งยังมีอนาคตที่ดีและมีกลุ่มลูกค้าที่เหนียวแน่น รวมถึงไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในช่วงที่ผ่านมาเนื่องจากจับกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างแตกต่างกัน เช่น อายุ พื้นที่ในแต่ละภูมิภาค ฯลฯ

อย่างไรก็ตามภาพรวมธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ (มกราคม-มิถุนายน) มีอัตราการเติบโตที่ชะลอตัวลง โดยมีมูลค่าตลาดรวม 7,351 ล้านบาท เติบโต 12.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมูลค่าตลาดรวมดังกล่าวแบ่งเป็นธุรกิจ“ทีวีช้อปปิ้ง”อยู่ที่ 4,243 ล้านบาทเติบโตประมาณ 8% และธุรกิจ“โฮมช้อปปิ้ง”มีมูลค่าตลาด 3,107 ล้านบาทเติบโตประมาณ 14% ปัจจัยที่ตลาดเติบโตชะลอตัวมาจากภาพ

รวมเศรษฐกิจครึ่งปีแรกของปีนี้มีอัตราเติบโตลดลง ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคชะลอการใช้จ่ายใช้สอยเลือกซื้อสินค้า

ขณะที่แนวโน้มธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้งในช่วงครึ่งปีหลังของปีนี้ (กรกฎาคม-ธันวาคม) สมาคมคาดการณ์จะมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 6,983 ล้านบาท ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปีนี้ เนื่องจากภาพรวมเศรษฐกิจยังมีแนวโน้มชะลอตัวจากปัจจัยลบภายในและภายนอก ส่งผลให้กำลังซื้อผู้บริโภคน่าจะยังไม่ฟื้นตัว นอกจากนี้ ยังมีผลกระทบจากการที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลทั้ง 7 ช่อง ทอยยคืนช่องแก่ กสทช.

ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีครัวเรือนที่ติดตั้งอุปกรณ์รับชมรายการโทรทัศน์ทั้งสิ้นประมาณ 21.71 ล้านครัวเรือน (ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ) คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 98.1% จากทั้งหมด 22.13 ล้านครัวเรือน ขณะที่“ทีวีดาวเทียม”เป็นช่องทางรับชมที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น โดยในปีที่ผ่านมาสัดส่วนการรับชมอยู่ที่ 53.26% เทียบกับปีก่อนอยู่ที่ 50.7% ขณะที่การรับชมทีวีดิจิทัลและเคเบิลทีวีมีสัดส่วนลดลงเล็กน้อย.



๑ ม.อ.ตั้งศูนย์ทดสอบ 5G

ผศ.ดร.นิวัติ แก้วประดับ อธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (ม.อ.) กล่าวว่า ม.อ.ร่วมกับกับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จัดตั้งศูนย์ทดสอบ 5G ในพื้นที่ภาคใต้ เพื่อร่วมขับเคลื่อนเทคโนโลยีขั้นสูง ในการนำเทคโนโลยี 5G มาใช้งาน

รศ.ดร.ธนิต เฉลิมยานนท์ คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์ และประธานคณะกรรมการโครงการการศึกษาและจัดตั้งศูนย์ทดลองทดสอบ 5G กล่าวว่า คณะมีความพร้อม ทั้งในด้านการเรียนการสอนที่ได้รับการรับรองจากสภาวิศวกร ในสาขาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร และทีมสหวิทยาการ ที่จะบูรณาการประยุกต์ใช้งาน (use case) ถ่ายทอดเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์เป็นรูปธรรมในวงกว้าง ให้แก่ชุมชน และผู้ประกอบการ อาทิ ระบบสาธารณสุขทางไกล ความมั่นคงขนส่งอัจฉริยะ อุตสาหกรรม 4.0 เกษตรอัจฉริยะ อุปกรณ์เชื่อมต่อ Internet of Things (IoT) และ Big Data เป็นต้น และจะทำการทดสอบสัญญาณการสื่อสาร 5G

รศ.ดร.ณัฐฐา จินดาเพชร หัวหน้าภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า ม.อ. กล่าวว่า ระบบ 5G จะมีความเร็วกว่าระบบ 4G เป็นจำนวน 10 เท่า และโดยลักษณะภูมิประเทศของภาคใต้ ความหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ทางชีวภาพ และความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม การใช้เทคโนโลยี 5G จึงต้องการจะเน้นไปที่ระบบติดตามและอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้ป่วยในการทำกายภาพบำบัดและดูแลสุขภาพทางไกลผ่านเครือข่ายสื่อสาร และระบบรักษาความปลอดภัยอัจฉริยะและการจัดการผลผลิตทางการเกษตรสมัยใหม่

สำหรับผู้สนใจและวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ นักวิจัย ผู้ให้บริการโครงข่าย ผู้ผลิต-นำเข้าอุปกรณ์ หรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี 5G สามารถยื่นเจตจำนงในการเข้าร่วมทดสอบระบบในพื้นที่ regulatory sandbox ได้

'ทรูวิชั่นส์' หัวหมอนไล่ปิดเว็บเถื่อน

● ดัดหน้าถ่ายทอด 'ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก' กันท่วมจอ!

'ทรูวิชั่นส์' หัวหมอนไล่ปิดเว็บเถื่อนขาดหน้าถ่ายทอด "ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก" อังกฤษกันเกลื่อนจอ ขณะทีเอสพี.สาละวันคล้าทางหาช่องเก็บภาษี OTT ตามนโยบายรัฐ



แหล่งข่าวจากวงการโทรทัศน์เปิดเผยถึงกรณีบริษัท ทรูวิชั่นส์ จำกัด ในเครือบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ TRUE ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ ได้ร่อนแถลงการณ์ห้ามผู้ให้บริการรายการโทรทัศน์ใด ๆ ดำเนินการแพร่ภาพการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกในทุกแพลตฟอร์ม และทุกช่องทาง

โดยยืนยันว่าเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษรายเดียวในประเทศที่ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม จนทำให้บริษัท เอสบีเอ็น (SBN) ในเครือบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ ADVANC ผู้ให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นที่ไม่ใช่คลื่นความถี่ ผ่าน AIS Play และ AIS Play Box และสมาร์ตโฟน ต้องทำหนังสือแจ้งไปยังสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อขอระงับการปฏิบัติตามประกาศกสทช.ว่าด้วยหลักเกณฑ์ มัสต์ แครรี่ (Must carry) ที่

กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องแพร่ภาพออกอากาศ รายการกีฬา นัดสำคัญของมวลมนุษยชาติ

โดยกสทช.มีมติยืนยันให้บริษัทต้องปฏิบัติตามประกาศกสทช.ดังกล่าว จนสร้างความสับสนให้แก่บริษัท ที่ไม่ยอมยกมีปัญหามาต้องถูกฟ้องร้องขึ้นโรงขึ้นศาลอีก

ล่าสุดจากการตรวจสอบของผู้สื่อข่าวพบว่า แม้ลูกค้าในเครือข่ายเอไอเอส จะไม่สามารถดูรายการถ่ายทอดสด ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกรายการดังกล่าวได้โดยตรง แต่กลับพบว่า มีเว็บเถื่อนที่ให้บริการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกดังกล่าวออกไปทั้งโซเชียล โดยทรูวิชั่นส์และกสทช.เอง ไม่สามารถ

จะควบคุมและปิดกั้นได้ เนื่องจากบรรดาเว็บเถื่อนเหล่านั้น ตั้งอยู่ในประเทศเพื่อนบ้าน เป็นส่วนใหญ่และแม้พยายามปิดกั้น ช่องทางการถ่ายทอด แต่ยังสามารถดำเนินการแก้าล่ากลับมาถ่ายทอดผ่านเว็บสำรองอื่น ๆ ได้อยู่ดี

"แค่ค้นหาเว็บที่ถ่ายทอดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก

คลิกเข้าไปใน Google ก็ขึ้น เว็บทำต่าง ๆ นับสิบรายให้เลือกดูได้ตามใจชอบ โดยแต่ละรายนั้น ยังมีเว็บสำรองในกรณีเว็บหลักถูกล็อกหรือถูกปิดกั้นเอาไว้ด้วย จึง

กลายเป็นว่าวันนี้ทั้งกสทช.และทรูวิชั่นส์ กำลังไล่ตามเงา ไม่สามารถจะจัดการกับเว็บเหล่านี้ได้"

แหล่งข่าวเปิดเผยเพิ่มเติมว่า หลักเกณฑ์มัสต์ แครรี่ ตามประกาศกสทช.ถือเป็นหลักเกณฑ์ที่มีปัญหาในทางปฏิบัติมาโดยตลอด เพราะก่อนหน้านี้ในการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกที่กสทช.บังคับให้ต้องทำตามหลักเกณฑ์มัสต์ แครรี่ ก็ได้เกิดกรณีการฟ้องร้องลิขสิทธิ์บอลโลกกันมาแล้ว โดยกสทช.ไม่สามารถจะปกป้องประกาศของตนเอง เมื่อถูกฟ้องว่าละเมิด พร.บ.ลิขสิทธิ์

ได้ กลายเป็นการออกประกาศที่สร้างความปั่นป่วนให้แก่วงการธุรกิจ เพราะไม่สามารถบังคับใช้ได้จริง

จากการตรวจสอบไปที่กสทช. พบว่าขณะนี้กำลังสาละวนอยู่กับการหรือผู้ให้บริการโทรคมนาคม หรือ Over the top : OTT อาทิ เฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กไลฟ์ ยูทูบ ไลน์ทีวี ทวิตเตอร์ เพื่อหาทางจัดระเบียบและจัดเก็บรายได้จากผู้ให้บริการ ทำให้ถูกตั้งข้อสังเกตว่าด้วยเหตุนี้จึงไม่มีเวลาไปไล่ปิดเว็บเถื่อนดังกล่าวหรือไม่ ■

อนาคตมือถือรายได้ลด AIS

ต่อยอด เอ็นเตอร์ไพรส์- ไฟเบอร์



เหมาเสก โฮลดิ้งส์ ได้ขายหุ้นบิกลิต จำนวน 257.09 ล้าน

หุ้นราคาหุ้นละ 60.75 บาท รวมมูลค่า 1.56 หมื่นล้านบาท ถ้าจากการขายหุ้นในรอบนี้รวม 2.95 พันล้านบาท นักวิเคราะห์ประเมินว่าเป็นเพราะธุรกิจมือถืออิมตัวก็ตาม

ก่อนที่ เหมาเสก ประกาศขายหุ้นใน อินทัช เมื่อวันที่ 15 สิงหาคมที่ผ่านมา ทางฝั่งเอไอเอส หรือ บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ได้เปิดเผยผลประกอบการไตรมาส 2/2562 กำไร 7.7 พันล้านบาท หลังจากประกาศผลประกอบการผ่านไปไม่นาน เมื่อเร็ว

นี้ นายสมชัย เลิศสุทธีวงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ของ เอไอเอส ได้ออกมาเปิดเผยข้อมูลกับนักลงทุนและนักวิเคราะห์หลังแจ้งผลประกอบการ พอสรุปได้ดังนี้

ย้อนรอยประมูลคลื่น

สมชัย บอกว่า เดือนกรกฎาคมที่ผ่านมาได้รับตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารครบ 5 ปีวันแรกเข้ามารับตำแหน่งตั้งใจเข้ามาประมูลคลื่น 1800 MHz เพื่อลงทุนให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4 จี เนื่องจากคู่แข่งได้ลงทุนไปก่อนแล้ว แต่ ดศท. (คณะกรรมการความสงบแห่งชาติ) เข้ามาบริหารประเทศเพียง 2 อาทิตย์ได้มีคำสั่งเลื่อนประมูลออกไป 1 ปี ทำให้อุตสาหกรรม



สมชัย
เลิศสุทธีวงศ์

มือถือพลาดโอกาสไม่สามารถประมูล 4 จี ต่อไปได้ ดังนั้น เอไอเอส จึงใช้วิธีขยายระบบ 3 จี ต่อไปเรื่อยๆ

ช่วงระหว่างปี 2558-2559 เอไอเอส มีโอกาสได้คลื่น 1800 MHz และ 900 MHz เข้ามา ใน

จังหวะนั้นมหัศจรรย์มากเนื่องจาก ราคาประมูลคลื่นสูง โดยคลื่น 900 MHz บริษัท จัสมินอินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ชนะประมูลในราคาที่สูงมาก แต่ก็ต้องออกไป ในช่วงเวลานั้น เอไอเอส

ก็เสี่ยง จากการไม่มีคลื่น 900 MHz จะถูกปิดเน็ตเวิร์กเพราะสัมปทานหมดแล้ว แต่สุดท้ายเอไอเอส รับคลื่นความถี่มาทำให้ไม่มีปัญหา

โครงสร้างเริ่มจากระบบ

สมชัย บอกต่ออีกว่า สิ่งที่ต้องคำนึงหลังประมูลคลื่น 1800 MHz และ 700 MHz โครงสร้างบริหารคลื่นความถี่เริ่มมีความชัดเจนขึ้น หลังประมูลคลื่นความถี่ 700 MHz ราคาและงวดชำระค่าคลื่นสมเหตุสมผล

ธุรกิจโมบายหัวใจหลัก

ทิศทางบริษัท 3-5 ปีเป็นอย่างไววันนี้เรายืนยันสิ่งที่ เอไอเอส ทำ 3 อย่าง คือ ธุรกิจโมบาย หัวใจสำคัญคือ โมบาย ทั้งวอยซ์และดาต้า แข็งแรงให้มากๆ เราต้องการให้แข็งแรงมาก รายได้มาก มาร์เก็ตแชร์ไม่ตกลง

ในระยะสั้นต้องรับวางแผนในธุรกิจใหม่ ที่จับต้องได้เป็นรูปร่าง วันนี้มีคำตอบชัดเจน คือ รายได้ฟิสิกส์บรอดแบนด์ โดยสิ้นปี 2562 เอไอเอส ไฟเบอร์ เพิ่มฐานลูกค้าเป็น 1 ล้านราย และเอ็นเตอร์ไพรส์ ให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นหลายองค์กรอยากขอให้พัฒนาแอปพลิเคชัน แต่เอไอเอส มีจุดแข็งเรื่องโมบายเรากำลังขยายคลาวด์ ดาต้า เซ็นเซอร์ ส่วนแอป หรือไอซีที เลือกทำในเฉพาะพื้นที่ที่เข้มแข็ง เช่น การลงทุนทำ IoT

ระยะ

ยาว เราไม่ปฏิเสธไปเป็นดิจิทัลเซอร์วิสไพรไวด์เดอร์ต้องอาศัยแอปพลิเคชันเราจะสร้างเอกลักษณ์เรื่องวิดีโอ โมบายมันนี่ เรื่องไอโอทีประมาณการว่าอนาคตถ้าเกิด

เอไอเอส ไม่ตกขบวนรถไฟ ในเรื่องรายได้ตรงนี้

แต่อย่างไรก็ตาม วันนี้โมบาย ทำรายได้ 85%, เ็นเตอร์ไพรส์ 10% และ ฟิสิกส์บรอดแบนด์ 5% ต่อไปในอนาคตโมบายลดน้อยลงโตแบบซิงเกิลดิจิทัล กลุ่มเอ็นเตอร์ไพรส์ใหญ่ขึ้น และฟิสิกส์บรอดแบนด์ก็ต้องโตขึ้น

ตั้งเป้าสู่ดิจิทัลเซอร์วิส

สมชัย ยังบอกถึงเป้าหมายตั้งแต่ 5 ปีที่แล้วว่า เอไอเอสประกาศตัวเองชัดเจนว่าอยากเป็น ดิจิทัลเซอร์วิส ไพรไวด์เดอร์มากกว่าการเป็น โมบายโอเปอเรเตอร์ นั่นก็คือ การซื้อกิจการจากในซีเอส ล็อกซอินโฟ เข้ามาเพื่อขยายธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ ให้เด่นชัด ร่วมลงทุนกับแบบริโอไนซ์ เพย์ และลงทุน เอไอเอส ไฟเบอร์ ให้บริการสู่ตลาด

เครือข่ายไม่เคยแพ้ใคร

ผลประกอบการในครึ่งปีแรก ด้านรายได้ชัดเจน สิ่งที่ยากเน้นย้ำ ถ้าไรก่อนหักค่าเสื่อมราคา (EBITDA) รักษารายได้อย่างน้อยให้เท่ากับปีที่แล้ว เหตุผลทำตามเป้าหมายเป็นลีดเดอร์ชีพ สร้างความแข็งแรง ในจุดแข็งของเรา

โดยเฉพาะเน็ตเวิร์ก การันตีคุณภาพไม่เคยแพ้ใครจากระบบ 4จี ที่เปิดซีกกว่ารายอื่นทำให้การรับรู้ของลูกค้าด้านดาต้าไม่น้อยกว่าคู่แข่ง แต่วันนี้กลับมาแล้ว รวมทั้งทำแบรนด์แข็งแรงมากขึ้น เรามีการวัดแบรนด์ของเราอยู่ตลอดเวลา ทุกแกนของ เอไอเอส สูงขึ้นแต่คู่แข่งตกลง

ซี 5จีลงทุนไม่สูง

เมื่อ 5จีเกิดขึ้นลงทุนมากน้อยเท่าไรจากตัวเลขของ ITU (International Telecommunication Union: สหภาพโทรคมนาคมนานาชาติ) สิ่งที่น่าสนใจกันเมื่อมี 5 จี เกิดขึ้นการลงทุนรวมอยู่ประมาณ 17-18% เพราะเทคโนโลยีถูกจับเคลื่อนออกไปอย่างไม่น่ากังวล สิ่งที่สำคัญการลงทุน 5 จี รัฐบาลพยายามเร่งมาก

“ผมมีความเชื่อส่วนตัว ใน 5 จี ไม่ลงทุนแบบ 3-4 จี แต่ลงทุนเป็นจุดๆ ตามยูสเคสที่เกิดขึ้นมาเพราะฉะนั้นระบบ 5 จี เกิด 2 อย่าง คือ ประมวลผลความถี่ใหม่ กสทช.ประมวลแบบเป็นแพ็กคือคลื่น 2.6 GHz และ 3.5 GHz รวมเป็นแพ็ก หรือ 2600-2800 MHz เกิดขึ้นเอามารวมเป็นแพ็ก มุมมองของผมเป็นเรื่องที่ดีนำมาประมวลเป็นเซตของ 5 จี เพราะคลื่นที่ได้รับกันไป คือ 700 MHz ได้รับคนละ 10 เมกะเฮิรตซ์ไม่เพียงพอต่อการทำ 5 จี” ■



สุดยอด ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ และ สมชัย เลิศสุทธีวงศ์ จัดสาธิตนวัตกรรมต้นแบบเทคโนโลยี 5G ของเอไอเอสข้ามภูมิภาคระหว่างกรุงเทพและ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา โดยมี พล.อ.ท.ดร.ธนพันธุ์ หรั่งเจรญ์ และ รศ.ดร.พีระพงษ์ ที่มสกล มาร่วมงานด้วย ที่กระทรวงการอุดมศึกษา วันก่อน.

กรุงเทพธุรกิจ

ฐาน

MPEC

หลักสูตร

DIGITAL TRANSFORMATION FOR CEO

หลักสูตรสำหรับผู้บริหาร ผู้นำองค์กร และเจ้าของธุรกิจ ที่ต้องการ

TRANSFORM

ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ด้วยการนำแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ประกอบกับความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีที่สำคัญ
มาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ทำได้จริงเพื่อให้คุณสามารถวางกลยุทธ์

Digital Transformation

ตลอดจนการวาง Digital Transformation Roadmap ในธุรกิจของคุณได้

รุ่นที่ 1 : เริ่มเรียน วันที่ 2 ต.ค. 62 - 16 ส.ค. 62

เรียนทุกวันพุธ
ลงทะเบียน 14.00 น.

เวลาเรียน
14.30 - 17.00 น.

กิจกรรมสังสรรค์
18.00 - 21.00 น.

ค่าธรรมเนียมเข้าร่วมหลักสูตร 180,000 บาท
(ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)

KEYNOTE SPEAKER

 คุณวิชิต วัฒนรัตน์ ผู้อำนวยการอาวุโส การปฏิบัติการ ทรัพยากร สารสนเทศ	 คุณพิเชฐ พงษ์พานิช ผู้อำนวยการอาวุโส การปฏิบัติการ ทรัพยากร สารสนเทศ	 คุณสุภากร อภิสิทธิ์ ผู้จัดการแผนกการปฏิบัติการ เพื่อ การบริการลูกค้า และการ พัฒนาผลิตภัณฑ์	 ดร.สุวิทย์ สุวรรณศิริ ผู้อำนวยการอาวุโส พัฒนาระบบสารสนเทศ	 คุณธีรวัฒน์ วงศ์อรุณ ประธานกรรมการบริหาร เนต เนต เอช เอส	 ดร.ภูมิ ภูมิรัตน์ ผู้อำนวยการอาวุโส การปฏิบัติการ ทรัพยากร สารสนเทศ	 คุณชานนท์ เรืองกฤตยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และการตลาดดิจิทัล เนต เนต เอช เอส	 คุณฉาย นวนาศ ประธานกรรมการบริหาร เนต เนต เอช เอส
 ดร.สมิทธิ์ นาคีชัย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร GMD Z.com Cryptonics (Thailand) Co., Ltd.	 คุณสุภากร อภิสิทธิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เนต เนต เอช เอส	 คุณสิด นวนาศ Former Country Director เนต เนต เอช เอส	 คุณสมชาย เสือสุริยวงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เนต เนต เอช เอส	 คุณธีรวัฒน์ วงศ์อรุณ ประธานกรรมการบริหาร เนต เนต เอช เอส	 คุณธีรวัฒน์ วงศ์อรุณ ประธานกรรมการบริหาร เนต เนต เอช เอส	 คุณธีรวัฒน์ วงศ์อรุณ ประธานกรรมการบริหาร เนต เนต เอช เอส	 คุณปวีณา นวนาศ YouTuber : หนึ่งใจต่อ 10M Subscribers



สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

084-991-4926, 062-896-4236, 081-492-2441

www.register.nationgroup.com/NTDCEO/register.php

กรุงเทพธุรกิจ

หลักสูตร

DIGI

TRANSFO

FOR

C

หลักสูตรสำหรับผู้บริหาร ผู้นำอ

TRANS

ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ด้วยการนำแนวคิดเชิงกลยุทธ์

มาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ทำได้จริง

Digital Trai

ตลอดจนการวาง Digital Transfor

รุ่นที่ 1 : เริ่มเรียน วันที่

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 200,000
Ad Rate: 2,400

Section: First Section/-

วันที่: พุธที่ 22 สิงหาคม 2562

ปีที่: 32

ฉบับที่: 11291

Col.Inch: 236.16 Ad Value: 566,784

หน้า: 3(เต็มหน้า)

PRValue (x3): 1,700,352

คลิป: สีสี่

โฆษณา: กรุงเทพธุรกิจ: หลักสูตร DIGITAL TRANSFORMATION FOR CEO



DIGITAL TRANSFORMATION FOR CEO

องค์กร และเจ้าของธุรกิจ ที่ต้องการ

TRANSFORM

ธุรกิจ ประกอบกับความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีที่สำคัญ
จริงเพื่อให้คุณสามารถวางกลยุทธ์

Transformation

Information Roadmap ในธุรกิจของคุณได้

2 ต.ค. 62 - 16 ส.ค. 62

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 200,000
Ad Rate: 2,400

Section: First Section/-

วันที่: พุธที่ 22 สิงหาคม 2562

ปีที่: 32

ฉบับที่: 11291

หน้า: 3(เต็มหน้า)

Col.Inch: 236.16 Ad Value: 566,784

PRValue (x3): 1,700,352

ศิลปิน: สีสี่

โฆษณา: กรุงเทพธุรกิจ: หลักสูตร DIGITAL TRANSFORMATION FOR CEO

เรียนทุกวันพุธ
ลงทะเบียน 14.00 น.

เวลา
14.30

ค่าธรรมเนียมเข้าร่วม
(ไม่รวมภาษี)



คุณสุวิทย์ เมษินทรีย์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวง
การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรม



คุณพุทธิพงษ์ ปุณณกันต์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวง

ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม



คุณฐากร ดัชนี

เลขาธิการคณะกรรมการการกระจาย
เสียง กิจการโทรทัศน์ และการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)



ศ.ดร.สุชัยวีร์ สุวรรณสวัสดิ์

อธิการบดีสถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



ดร.เจลิรัฐ นาควิชัย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารร่วม GMO
Z.com Cryptonomics
(Thailand) Co., Ltd.



คุณชลารณ ปัญญาโณ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานดิจิทัล
บริษัท เวิร์คพอยท์
อินเทอร์เน็ตแบงก์ จำกัด



คุณสีล นวนานนท์

Former Country Director
บริษัท ไทเบร์ (ประเทศไทย) จำกัด



คุณสมชัย เลิศสุทธีวงศ์

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส



สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

084-991-4926, 062

www.nregister.nationgroup.com/NTDTCEO/register.php

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 200,000
Ad Rate: 2,400

Section: First Section/-

วันที่: พุธที่ 22 สิงหาคม 2562

ปีที่: 32

ฉบับที่: 11291

Col.Inch: 236.16

Ad Value: 566,784

หน้า: 3(เต็มหน้า)

PRValue (x3): 1,700,352

คลิป: สีสี่

โฆษณา: กรุงเทพธุรกิจ: หลักสูตร DIGITAL TRANSFORMATION FOR CEO

ลาเรียน
0 - 17.00 น.

กิจกรรมสังสรรค์
18.00 - 21.00 น.

หลักสูตร 180,000 บาท
(มูลค่าเพิ่ม)

KEYNOTE SPEAKER



คุณศิริวัฒน์ วงศ์จางูรกร

ประธานกรรมการบริหาร
บมจ. เอ็ม เอฟ ซี



ดร.นิตี นิมิตรัตน

ที่ปรึกษาสำนักงานคณะกรรมการกำกับ
หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ด.)



คุณชานนท์ เรืองกฤตยา

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
และกรรมการผู้จัดการใหญ่
บมจ. อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์



คุณจาย นูนนาค

ประธานกรรมการบริหาร
บมจ. เมชั่น บิลดิ้งกรุ๊ป



คุณธรรณ รมย์วัน

กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท แกรีน (ประเทศไทย) จำกัด



คุณดำรงศักดิ์ รัตนันท์

Chief Cyber Security Officer
บริษัท เอ็ม เอฟ ซี จำกัด (มหาชน)



คุณสรโรจ เลาศิริ

Chief Marketing Officer
และผู้ร่วมก่อตั้ง Rabbit's Tale



คุณณัฐริชา นามวงศ์

Youtuber : เก๋ไก๋ไอเดียร์
10M Subscribers

-896-4236, 081-492-2441

กรุงเทพธุรกิจ

STAN

MFEC

หลักสูตร

DIGITAL TRANSFORMATION FOR CEO

หลักสูตรสำหรับผู้บริหาร ผู้นำองค์กร และเจ้าของธุรกิจ ที่ต้องการ

TRANSFORM

ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ด้วยการนำแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ประกอบกับความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีที่สำคัญ มาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ทำได้จริง เพื่อให้คุณสามารถวางกลยุทธ์

Digital Transformation

ตลอดจนการวาง Digital Transformation Roadmap ในธุรกิจของคุณได้

รุ่นที่ 1 : เริ่มเรียน วันที่ 2 ต.ค. 62 - 16 ธ.ค. 62

เรียนทุกวันพุธ ลงทะเบียน 14.00 น.	เวลาเรียน 14.30 - 17.00 น.	กิจกรรมสังสรรค์ 18.00 - 21.00 น.
--------------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

ค่าธรรมเนียมเข้าร่วมหลักสูตร 180,000 บาท
(ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)

KEYNOTE SPEAKER



คุณนิธิน นิธิน
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
กลุ่มธุรกิจ บริการ
และโซลูชัน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



คุณสุวิทย์ ปุณณิณ
ผู้อำนวยการอาวุโส
ด้านกลยุทธ์และ
การดำเนินงาน



สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

084-991-4926, 062-896-4236, 081-492-2441

www.register.nationgroup.com/NTDCEO/register.php

กรุงเทพธุรกิจ

STN

MPEC
Public Company Limited

หลักสูตร

DIGITAL TRANSFORMATION FOR CEO

หลักสูตรสำหรับผู้บริหาร ผู้นำองค์กร และเจ้าของธุรกิจ ที่ต้องการ

TRANSFORM

ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ด้วยการนำแนวคิดเชิงกลยุทธ์
ประกอบกับความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีที่สำคัญ มาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ทำได้จริง
เพื่อให้คุณสามารถวางกลยุทธ์

Digital Transformation

ตลอดจนการวาง Digital Transformation Roadmap
ในธุรกิจของคุณได้

รุ่นที่ 1 : เริ่มเรียน วันที่ 2 ต.ค. 62 - 16 ส.ค. 62

เรียนทุกวันพุธ ลงทะเบียน 14.00 น.	เวลาเรียน 14.30 - 17.00 น.	กิจกรรมสังสรรค์ 18.00 - 21.00 น.
--------------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

ค่าธรรมเนียมเข้าร่วมหลักสูตร 180,000 บาท
(ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)

KEYNOTE
SPEAKER

 คุณวิชัย นันทชาวัน ผู้อำนวยการกอง การควบคุมภายใน กรมการคลัง	 คุณพิชิต นันทชาวัน ผู้อำนวยการกอง การควบคุมภายใน กรมการคลัง	 คุณวิชากร นันทชาวัน เลขาธิการคณะกรรมการ การเลือกตั้ง พรรคประชาธิปัตย์	 คุณ.สุเชษฐ์ สุวรรณสวัสดิ์ อธิการบดีสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	 คุณอาทิตย์ นันทชาวัน ประธานกรรมการบริหาร และประธานฝ่ายบริหาร ธนาคารไทยพาณิชย์	 ดร.กฤษณ์ กฤษณ์ ที่ปรึกษานโยบายและ การดำเนินงาน กรมการคลัง	 คุณอานนท์ เรืองกฤตยา ประธานฝ่ายบริหาร และการจัดการใหญ่ เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์	 คุณวราย บุนนาค ประธานกรรมการบริหาร เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์
 คุณประวิทย์ วรจันทกร ประธานกรรมการบริหาร เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์	 คุณเอกสิทธิ์ ปัญญา ประธานฝ่ายบริหาร เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์	 คุณทีฆะ นันทชาวัน ประธานฝ่ายบริหาร เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์	 พ.ศุภชัย ปาณินันท์ CEO & Founder RISE Academy	 คุณธีรภัทร์ อภัย กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์	 คุณดำรงศักดิ์ รัตนานนท์ Chief Cyber Security Officer เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์	 คุณธีรเดช ธีรเดช Chief Marketing Officer เนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์	 คุณกัญญา นามวงศ์ YouTuber : กัญญา 10M Subscribers



สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

084-991-4926, 062-896-4236, 081-492-2441

www.register.nationgroup.com/NTDCEO/register.php

แผนรบ สยบวิกฤติ

BATTLE STRATEGY

DO OR DIE

ปรับแผนการลงทุน
ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ
ก่อนวิกฤติจะจู่โจมเรา...

29.08.62

11.00-18.00น.

GMM LIVEHOUSE AT CENTRALWORLD FL.8



ปาฐกถาพิเศษ

ในหัวข้อ "เศรษฐกิจไทย วิกฤติหรือโอกาส"

ดร.อุดม สาวนายอน

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง



จากรัต ตันทสิทธิ์

เลขาธิการ กสช.



อาทิตย์ นันทวิทย์

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และประธานกรรมการบริหาร ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)



ชาญชัย สงวนวงศ์

ผู้อำนวยการ หนึ่งสิบล้านพันกว่าหุ้นธุรกิจ

SESSION I : COMMANDER'S VISION

"แผนรบในยุค DISRUPTION"



กิม สัพพะพันธุ์

นักเศรษฐศาสตร์ประจำธนาคาร สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย)



สมิทธิ์ พนมยงค์

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายงานการเงิน บริษัท ทีพีเอ็ม จำกัด (มหาชน)



สุกิต อุดมศิริกุล

กรรมการผู้จัดการ สายงานวิจัย บริษัทหลักทรัพย์ ไทยพาณิชย์ จำกัด



สมโภชน์ อาหุนัย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน)



สุรเดช กวีแสงสกุลไทย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ขาว จำกัด (มหาชน)



ชานนท์ เรืองกฤตยา

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (มหาชน)



วราน ลิขิตเดชาชक्ति

รองหัวหน้าเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

SESSION II : CRISIS OPPORTUNITY INVESTING

"โอกาสการลงทุนในวิกฤติ"

SESSION III : THE WARLORD

"บุคลิกตัวจริง"

PRESENTED BY



SPONSORED BY

ราคาบัตร Regular 2,500 บาท / VIP 3,500 บาท

สำรองที่นั่งหรือข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อ คุณรุ่งฤดี 061-292-9532 หรือ คุณกิตติลักษณ์ 063-208-2088

ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 90,000
Ad Rate: 1,100

Section: First Section/-

วันที่: พุธที่ 22 สิงหาคม 2562

ปีที่: 25

ฉบับที่: 6278

หน้า: 32(กลาง)

Col.Inch: 109.85 Ad Value: 120,835

PRValue (x3): 362,505

คลิป: สีสี่

โฆษณา: แผนรบ สยบวิกฤติ BATTLE STRATEGY DO OR DIE ปรับแผนการลงทุน ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ...

แผนรบ สยบวิกฤติ

BATTLE STRATEGY

DO OR DIE

ปรับแผนการลงทุน
ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ
ก่อนวิกฤติจะจู่โจมเรา...

29.08.62

11.00-18.00น.



ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 90,000
Ad Rate: 1,100

Section: First Section/-

วันที่: พุธที่ 22 สิงหาคม 2562

ปีที่: 25

ฉบับที่: 6278

หน้า: 32(กลาง)

Col.Inch: 109.85 Ad Value: 120,835

PRValue (x3): 362,505

คลิ๊ป: สีสี่

โฆษณา: แผนรบ สยบวิกฤติ BATTLE STRATEGY DO OR DIE ปรับแผนการลงทุน ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ...

GMM LIVEHOUSE AT CENTRALWORLD FL.8



ปาฐกถาพิเศษ

ในหัวข้อ "เศรษฐกิจไทย วิกฤติหรือโอกาส"

ดร.อุดม สาวนาย

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง



ชากร ตันตสิทธิ์
เลขาธิการ นสช.



อาทิตย์ นันทวิทยา
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และประธานกรรมการบริหาร
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)



ชาญชัย สงวนวงศ์
ผู้อำนวยการ ทปอ. และประธานบอร์ด ปตท.

SESSION I: COMMANDER'S VISION
"แผนรบในยุค DISRUPTION"



กิม สัพพะพันธุ์

นักบริหารระดับสูงประจำ
ธนาคาร สยามพาณิชย์ (ไทย)



สมิทธิ์ พนมยงค์

กรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายงานการเงิน
บริษัท กฟผ. จำกัด (มหาชน)



สุกิจ อุดมศิริกุล

กรรมการผู้จัดการ สายงานวิจัย
บริษัท สยามพาณิชย์ จำกัด



สมโภชน์ อาหุนัย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน)



สุระเดช ทวีแสงสกุลไทย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท อีวี จำกัด (มหาชน)



ชานนท์ เรืองกฤตยา

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)



วรภาพ สัจจิตเสาศักดิ์

รองหัวหน้าเจ้าหน้าที่
ฝ่ายเทคโนโลยีและนวัตกรรม
บริษัท หัวเว่ย เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด

SESSION II: CRISIS OPPORTUNITY INVESTING
"โอกาสการลงทุนในวิกฤติ"

SESSION III: THE WARLORD
"บุคลิกตัวจริง"

PRESENTED BY



SPONSORED BY

ราคาบัตร Regular 2,500 บาท / VIP 3,500 บาท

สำรองที่นั่งหรือข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อ คุณรุ่งฤดี 061-292-9532 หรือ คุณกิตติลักษณ์ 063-208-2088

กสทช. USO
Universal Service Obligation

Telehealth

เข้าถึงการรักษาที่อยู่ไกล ให้ใกล้ขึ้น

ลดเวลา ลดค่าใช้จ่าย ลดการใช้พลังงาน ลดความเหลื่อมล้ำ

โครงการประยุกต์ใช้บริการทางการแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ชนบท (Telehealth) ในความร่วมมือของ สำนักงาน กสทช. กับ กระทรวงสาธารณสุข “ตรวจ รักษา คัดกรองโรค” ด้วยการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีโทรคมนาคม กับเทคโนโลยีทางการแพทย์ ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้อย่างเท่าเทียม และทั่วถึง



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
Ins.0-2670-8888 Call Center 1200 (Insฟรี) • <https://www.nbt.go.th>



ID Line
@nbt1200

กสทช. USO
Universal Service Obligation

Telehealth

เข้าถึงการรักษาที่อยู่ไกล ให้ใกล้ขึ้น

ลดเวลา ลดค่าใช้จ่าย ลดการใช้พลังงาน ลดความเหลื่อมล้ำ

โครงการประยุกต์ใช้บริการทางการแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ชนบท (Telehealth) ในความร่วมมือของ สำนักงาน กสทช. กับ กระทรวงสาธารณสุข “ตรวจ รักษา คัดกรองโรค” ด้วยการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีโทรคมนาคม กับเทคโนโลยีทางการแพทย์ ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้อย่างเท่าเทียม และทั่วถึง



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
Ins.0-2670-8888 Call Center 1200 (Insฟรี) • <https://www.nbt.go.th>



ID Line
@nbt1200

กสทช. USO
Universal Service Obligation

Telehealth

เข้าถึงการรักษาที่อยู่ไกล ให้ใกล้ขึ้น

ลดเวลา ลดค่าใช้จ่าย ลดการใช้พลังงาน ลดความเหลื่อมล้ำ

โครงการประยุกต์ใช้บริการทางการแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ชนบท (Telehealth) ในความร่วมมือของ สำนักงาน กสทช. กับ กระทรวงสาธารณสุข “ตรวจ รักษา คัดกรองโรค” ด้วยการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีโทรคมนาคม กับเทคโนโลยีทางการแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร.0-2670-8888 Call Center 1200 (ในฟรี) • <https://www.nbtc.go.th>



ID Line
@nbtc1200