

สยามกีฬา

Siam Sport
Circulation: 250,000
Ad Rate: 1,250

Section: สยามดารา/-

วันที่: เสาร์ 21 มกราคม 2560

ปีที่: 12

ฉบับที่: 4224

Col.Inch: 11.38 Ad Value: 14,225

ภาพข่าว: สยามดารา Society: ส่งเสริม


หน้า: 6(บนขวา)

PRValue (x3): 42,675

คลิป: สีสี่

สยามดารา Society



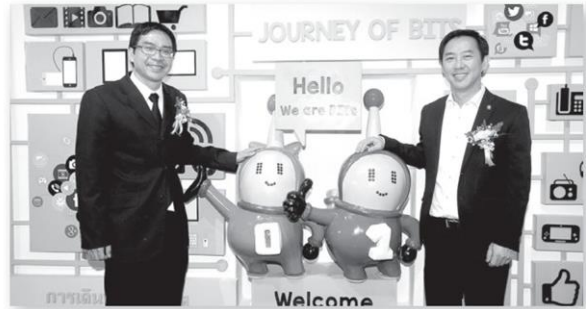
 ส่งเสริม...นิพนธ์ จงวิจิต รักษาการผู้จัดการกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) เดินหน้าสนับสนุนการจัดแสดงนิทรรศการ “การเดินทางของมิด : เทคโนโลยีการสื่อสารเบื้องหลังชีวิตดิจิทัล” โดยมี รศ.ดร.ภูมิพัฒน์ แสงอุดมเลิศ อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.กรุงเทพ เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย

สร้างแรงบันดาลใจกับ'การเดินทางของบิต'



ในปัจจุบันการสื่อสารแบบดิจิทัล (Digital communications) นับเป็นเทคโนโลยีพื้นฐานของระบบสื่อสารและสารสนเทศ ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ แต่ประชาชนทั่วไป รวมถึงเยาวชน มักมองการสื่อสารแบบดิจิทัลว่าเป็นสิ่งที่ลึกลับซับซ้อน และยากที่จะเข้าใจ ทั้งนี้เนื่องจากความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของระบบสื่อสารแบบดิจิทัลนั้น จัดเป็นวิชาเฉพาะทางสำหรับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ส่วนผู้ที่สนใจศึกษาด้วยตนเองจากการอ่าน มักจะพบว่าเนื้อหาเข้าใจยาก เนื่องจากการทำงานของระบบสื่อสารนั้นเกี่ยวข้องกับการส่ง รับ และประมวลผลสัญญาณสื่อสาร ซึ่งบ่อยครั้งไม่สามารถมองเห็น หรือสัมผัสได้ การจัดทำนิทรรศการเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive) จึงเป็นแนวทางหนึ่งเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระบบสื่อสารแบบดิจิทัล

นายนิพนธ์ จงวิจิต รักษาการผู้จัดการ กทปส. เปิดเผยว่า "กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)" ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. จึงพร้อมเดินทางสนับสนุนการจัดแสดงนิทรรศการ 'การเดินทางของบิต : เทคโนโลยีการสื่อสารเบื้องหลังชีวิตดิจิทัล' (หรือ Journey of Bits) ซึ่งเป็นผลงานภายใต้โครงการศึกษาวิจัย "การพัฒนา นิทรรศการเชิงปฏิสัมพันธ์ เรื่องการสื่อสารแบบดิจิทัล" โดยมี รศ.ดร.ภูมิพัฒน์ แสงอุดมเลิศ อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย ร่วมกับองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) ซึ่งการจัดแสดงนิทรรศการครั้งนี้ มุ่งสร้างแรงกระตุ้นให้กับเยาวชน และผู้ที่สนใจ ได้มีโอกาสศึกษาและเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารแบบดิจิทัลในรูปแบบ Interactive Exhibition พร้อมทั้งได้ทดลองส่งข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ อาทิ สายทองแดง เส้นใยนำแสง และสายอากาศแบบไร้สาย ได้ร่วมทดลองส่งข้อมูลรูปแบบต่างๆ เช่น ข้อความ ตัวอักษร เสียง ภาพนิ่ง และวิดีโอ ซึ่งจะได้เห็นและได้ยินสัญญาณการสื่อสารต่างๆ ฯลฯ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจและนำความรู้ความเข้าใจไปต่อยอดและพัฒนาประเทศในด้านระบบ



การสื่อสารโทรคมนาคม และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง"

รศ.ดร.ภูมิพัฒน์ แสงอุดมเลิศ อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กล่าวว่า "ปกติกบิตข้อมูลและสัญญาณสื่อสารเป็นสิ่งที่ผู้ชมมองไม่เห็นและจับต้องไม่ได้ ฉะนั้นการจัดสร้างนิทรรศการ "การเดินทางของบิต" จึงเน้นการนำเสนอชิ้นงานเชิงปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ชมได้สัมผัสกับบิตข้อมูลสัญญาณสื่อสาร และระบบสื่อสารสาธิต เพื่อหวังให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยเนื้อหาในนิทรรศการจะแบ่งออกเป็นโซนๆ โดยจะเริ่มจากความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น คุณสมบัติของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า รูปสัญญาณเชิงเวลา และเชิงความถี่ เป็นต้น จากนั้นจะเป็นการแสดงสัญญาณพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น สัญญาณบิตเปิดสำหรับบิตข้อมูล และสัญญาณคลื่นพาห์ โดยจะแสดงรูปสัญญาณทางจอภาพ ป้อนสัญญาณเข้าสู่หลอดไฟส่องสว่างเพื่อนำเสนอด้วยแสง เป็นต้น เพื่อให้ผู้ชมสัมผัสสัญญาณต่างๆ ได้ ในส่วนสุดท้าย จะอนุญาตให้ผู้เข้าชมได้ทดลองส่งข้อมูลผ่านระบบสื่อสารสาธิต เช่น ข้อความที่พิมพ์และเสียงที่อัด เป็นต้น

สำหรับนิทรรศการ 'การเดินทางของบิต : เทคโนโลยีการสื่อสารเบื้องหลังชีวิตดิจิทัล' เหมาะสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ระดับอุดมศึกษาที่กำลังเรียนรู้ในเรื่องของเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงผู้ที่สนใจทั่วไป โดยได้เปิดให้เข้าชมฟรี! ตั้งแต่วันนี้-กันยายน 2560 ณ จัดที่ สวทศ อพวช. ชั้น 4 อาคารจัตุรัสจามจุรี สแควร์ หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0-2160-5356 เว็บไซต์ www.nsm.or.th หรือ FACEBOOK : NSMthailand



SIAM ENTERTAIN

ขาวจัด ดำจัด

SIAM SPORT SINDICATE PUBLIC COMPANY LIMITED

รับมือกับข่าว 947

เสียด่างค์ดูโฆษณา

ผมไม่ทราบว่าการดูภาพยนตร์ตามโรงนั้น จะต้องถูกบีบบังคับให้ชมโฆษณาด้วยหรือเปล่า แต่เมื่อหย่อนกันลงแล้ว รับรองว่า สารพัดโฆษณาเสนอหน้ากันสลอนทีเดียว

ไม่ใช่แค่หน้าหน้าที่ สิบนาที หากแต่ราวครึ่งชั่วโมงเป็นอย่างน้อย

ถ้าตัวภาพยนตร์ราคา 200 บาท 40 เปอร์เซ็นต์เป็นค่านั่งดูโฆษณา

ถาม กสทช.ที่เขาออกกฎโฆษณาทางทีวีดิจิตอล ก็คงไม่ใช่หน้าที่โดยตรง เลยไม่รู้ว่าจะบ่นกับใคร ในที่สุดก็บ่นกับสยามบันเทิงแล้วกัน

ปกติถ้าเป็นรีวิวหรือหนังตัวอย่าง ก็รับกันได้ ถือเป็นข้อมูลข่าวสารที่แลกเปลี่ยนกัน เดือนหน้าหนึ่งอะไรจะเข้า หรือว่ากลางปีนี้จะมีการฉายหนังดี ๆ สักเรื่องเข้าโรงฉายหรือไม่

อันนี้ไม่ว่ากัน ถือว่า วินวิน กันทั้งคู่

แต่วันนี้ นอกจากภาพยนตร์ตัวอย่างแล้ว ก็มีโฆษณาสินค้าแทรกเสริมเข้ามาด้วย หนึ่งนับเวลาแล้ว เกินกว่ายี่สิบนาที

ถ้าเป็นฟรีทีวี คงทราบกันดีว่าโฆษณาสินค้าได้ไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที แต่ถ้าเป็นเพย์ทีวี โฆษณาสินค้าได้ไม่เกิน 6 นาที

ถ้าโรงภาพยนตร์เป็นเพย์ทีวี กล่าวคือ ต้องจ่ายเงินแลกมาซึ่งความบันเทิง โฆษณาสินค้าก็ไม่น่าจะเกิน 6 นาทีต่อชั่วโมง ถ้าหนังยาว 2 ชั่วโมง โฆษณาก็ไม่เกิน 12 นาที บวกกับรีวิวลึก 5 นาที พอรับกันได้ที่ไม่เกิน 20 นาที

แต่ที่เพิ่งเข้าไปชมภาพยนตร์เมื่อสุดสัปดาห์ที่ผ่านมา นับนาทีแล้วปาเข้าไป 33 นาที และเป็นโฆษณาสินค้าเกินครึ่ง อันเป็นที่มาของการตั้งข้อสังเกตให้หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงได้ทราบ

โฆษณาที่ต้องจ่ายเงินดู มันจึงเป็นเรื่องประหลาดด้วยประการฉะนี้

พร นวีย์

ดีแทคกลับมา...แล้ว...(ใจ)



ในรอบปีที่ผ่านมา การใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการใช้งานบนคลื่นความถี่ 4G เดิมโตขึ้นก้าวกระโดดจากการใช้แอปพลิเคชันทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กดัง “เฟซบุ๊ก” มีการแชร์ข้อความ และรูปภาพแบบเดิม รวมถึงแชทวิดีโอ และไลฟ์ (LIVE) อันเป็นเทรนด์ใหม่ที่กำลังมาแรงมากถึงมากที่สุด

กระแส “เฟซบุ๊กไลฟ์” ทำให้การใช้งานเดสทอปขึ้นเกือบ 142% เทียบกับปีที่ผ่านมา

โดยประเทศไทยติด 1 ใน 10 ประเทศที่มีการดู “ยูทูป” มากที่สุดในโลก เดิมโตจากปีที่ผ่านมาถึง 92% คนไทย 66% ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าวันละ 4 ชั่วโมง (1 ใน 3 ของเวลาตื่น)

สำหรับการใช้งานคอนเทนต์ต่างๆ เพิ่มขึ้นจากเดิมมากเช่นกัน เช่นใน 6 เดือนที่ผ่านมา การฟังเพลงผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือ Music Streaming ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นกว่า 150%

และยังพบว่าพฤติกรรมการโทรของผู้บริโภคปัจจุบันเปลี่ยนไปอย่างมากด้วย โดยนิยมการโทรผ่าน VoIP หรือการโทรผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นถึง 200%

กรณีการโทร ก็น่าจะจริงตามนั้น เดียวนี้ไม่มีหรือหาเบอร์โทรศัพท์ไม่เจอ ก็ไม่เป็นไร กดโทรผ่านแอปพลิเคชันอย่าง “ไลน์” ก็ได้ ง่ายกว่าและไม่เสียเงิน

ข้อมูลข้างต้น เปิดเผยโดย ลาร์ นอร์ลิ่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น (ดีแทค) ในวันเปิดตัวแคมเปญ “ประสบการณ์ล้ำไกลกับดีแทค Super 4G ลื่นสุด กว้างสุด” ที่มีทั้งภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ “ลื่น...จะ” และฟรีเซิร์ฟเวอร์คนแรก อัม-พัชราภา ไชยเชื้อ

เชื่อว่าหลายคนคงได้เห็นภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ผ่านหูผ่านตากันทางหน้าจอโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์กันไปบ้างแล้ว

เฉพาะแคมเปญนี้ “ดีแทค” ใช้งบประมาณราว 150 ล้านบาท โดยจะลุยทำการตลาดอย่างเต็มที่ในช่วง 3 เดือนนับจากนี้

การเลือก อัม-พัชราภา ซุป'ตาร์ตัวแม่ของวงการ

เป็นฟรีเซิร์ฟเวอร์เรื่องเน็ตเวิร์ก ถือเป็นการประกาศตัวกลับเข้าสู่เกมการแข่งขันอย่างเป็นทางการของดีแทคที่น่าจะได้

หลังจากในปีที่ผ่านมา ปล่อยให้เบอร์สาม “ทรูมูฟเอช” ไล่เก็บฐานลูกค้าไปได้ไม่ใช่น้อย จนส่งผลสะเทือนถึงเก้าอี้ม้ามองอันดับสองอย่างหนัก

หากพิจารณาตัวเลขฐานลูกค้า ณ ไตรมาส 3/2559 “ดีแทค” มีฐานลูกค้ารวมทั้ง 25 ล้านราย ขณะที่ “ทรูมูฟเอช” ขยับขึ้นมาใกล้มากๆ เกือบๆ 24 ล้านรายแล้ว เรียกว่า หายใจรดต้นคอกันเลยทีเดียว

เวลานี้ ตัวเลขไตรมาสสุดท้ายของปีที่แล้วยังไม่ออก ก็ต้องมาลุ้นกันว่า “ดีแทค” จะยังคงรักษาเก้าอี้เบอร์สองต่อไปได้หรือไม่

ถ้า “ทรูมูฟเอช” ขึ้นมาได้ อะไรจะเกิดขึ้น

ปฏิเสธไม่ได้ว่าย่อมส่งผลถึงขวัญกำลังใจของพนักงาน “ดีแทค” ไม่ใช่น้อย แม้ “ซีอีโอดีแทค” จะยืนยันไม่ได้พะวงกับส่วนแบ่งทางการตลาดในเชิงตัวเลขฐานลูกค้า เพราะให้ความสำคัญกับการเร่งขยายโครงข่ายและพัฒนาระบบบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากกว่า ตามแผนลงทุน 3 ปี (2559-2561) ในวงเงิน 70,000 ล้านบาท

โดยในปีที่ผ่านมาใช้เงินไปแล้วราว 20,000 ล้านบาท เฉพาะสถานีฐาน 4G ติดตั้งเพิ่มไปมากกว่า 1.5 หมื่นสถานี โดยเฉพาะบนคลื่น 1800MHz หรือเพิ่มขึ้นกว่า 240% เทียบกับปีก่อนหน้านั้น พร้อมกับประกาศว่าเป็นผู้ให้บริการ 4G (ดีแทคเรียกว่า Super 4G) บนคลื่นความถี่ 1800MHz ที่กว้างที่สุดในประเทศไทย จำนวน 20MHz (ดีแทคมีคลื่น 1800 มากที่สุด แต่อยู่ภายใต้สัญญาสัมปทาน ซึ่งกำลังจะหมดอายุในปีหน้า)

ซีอีโอดีแทค ยืนยันว่า ปี 2559 เป็นปีประวัติศาสตร์ของดีแทคในการขยายเครือข่ายทั้ง 3G และ 4G ทำให้คุณภาพบริการดีขึ้นอย่างชัดเจน และในปีนี้ก็ยังคงขยายโครงข่าย Super 4G ต่อเนื่องในทุกอำเภอทั่วประเทศ เพิ่มอีก 25% เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้ให้บริการ 4G บนคลื่น 1800MHz กว้างที่สุด

“เราเชื่อว่าสัมปทานคลื่น 1800 ที่จะหมดอายุในปีหน้าจะไม่เกิดผลกระทบต่อลูกค้า เหมือนอย่างคลื่น 1800 ที่ประมูลไปเมื่อปีที่แล้วก็ยังเป็นคลื่นของทรูมูฟที่สัมปทานหมดไปก่อนเช่นกัน เวลาคลื่นจะหมดอายุตามสัมปทาน กสทช.จะมีการคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้ใช้คลื่นต่อไป เพื่อให้บริการได้ต่อเนื่อง ก่อนที่จะมีการโอนคลื่นให้ผู้ชนะประมูลต่อไป กรณีของดีแทคก็คงไม่ต่างกัน และ

มติชน

Matchon
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,100

Section: เสาร์ประชาชน/เสาร์ประชาชน

วันที่: เสาร์ 21 มกราคม 2560

ปีที่: 40

ฉบับที่: 14195

หน้า: 14(ล่าง)

Col.Inch: 54.69 Ad Value: 60,159

PRValue (x3): 180,477

ศิลปิน: ชาว-ดำ

คอลัมน์: นอกลู่ในทาง: ดีแท้กลับมา...แล้ว...(เง)

เราเองก็ตั้งใจที่จะเข้าประมูลคืน”

เรื่องคลื่นก็ต้องมาลุ้นกันว่าจะไปต่อกันยังไง แต่
ในระหว่างนี้ “ดีแท้” พร้อมกลับมาลุยรักษาฐานที่มั่น
ในฐานะมือวางอันดับสองอีกครั้ง เริ่มด้วยการสื่อสาร
ไปยังฐานลูกค้ากว่า 25 ล้านราย ผ่าน “เน็ตเวิร์ก
พีริเซ็นเตอร์” คนแรก

สิทธิโชค นพชินบุตร แม่ทัพการตลาด “ดีแท้”
บอกว่า ดีแท้ต้องการสื่อสารกับฐานลูกค้า 25 ล้าน
ราย และผู้บริโภคทั่วไปถึงคุณภาพเครือข่าย ซึ่งถือเป็น
พื้นฐานที่สำคัญ และเชื่อว่า “อัม-พัชราภา” จะ
เป็นตัวแทนถ่ายทอดข้อมูลเหล่านี้ไปยังลูกค้ากลุ่มแมส
ที่มีอยู่ทั่วประเทศได้เป็นอย่างดี

“ทำไมต้องเป็นอัม ก็ต้องกลับมาที่โจทย์ของเราว่า
คืออะไร ถ้าจะสื่อสารไปยังผู้บริโภคกลุ่มแมสได้อย่าง
มีประสิทธิภาพ คิดว่าใครช่วยเราเล่าเรื่องได้ดีที่สุดก็
เลือกคนนั้น ซึ่งก็คืออัม”

สตีปแรก “ดีแท้” เปิดเกมด้วย “อัม”

สตีปถัดไปจะเป็น (ใคร?) หรือมีอะไรต่อ

แม่ทัพการตลาด “ดีแท้” บอกว่า การต่อยอด
เรื่องคุณภาพเครือข่ายเป็นเรื่องพื้นฐาน แต่ถ้าจะให้
ลูกค้าเดิมยังคงอยู่ต่อไป หรือมีลูกค้าใหม่ถึงกับย้าย
ค่ายมาใช้บริการเหมือนที่ ซุปตาร์ตัวแม่ “อัม-พัชรา
ภา” อุตส่าห์เล่นใหญ่พูดบนเวทีในงานเปิดตัวว่า “ย้าย
ค่ายเลยคะ มาดีแท้คะ มาเล่นกับดีแท้ มาเล่นกับ
อัมคะ” ต้องมีมากกว่านั้น

โปรดติดตาม

เชอรี ประชาชาติ

cheryd@gmail.com