ไทยรัฐ กรอบบ่าย
Thai Rath (Mid-Day)
Circulation: 1,000,000
Ad Rate: 1,600

Section: First Section/ข่าวเศรษฐกิจ
วันที่: ศุกร์ 24 มีนาคม 2560
ปีที่: 68 **ฉบับที่:** 21612 **หน้า:** 9(ซ้าย)
Col.Inch: 15.38 **Ad Value:** 24,608 **PRValue (x3):** 73,824 **คลิป:** ขาว-ดำ
หัวข้อข่าว: ทีวีดิจิทัลเฮ! คนดูเพิ่มขึ้น

ทีวีดิจิทัลเฮ! คนดูเพิ่มขึ้น

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้สรุปสถานการณ์ธุรกิจทีวีดิจิทัล เดือน ม.ค.-ก.พ. พบว่า ผู้บริโภคได้หันมาชมช่องรายการทีวีดิจิทัลช่องใหม่เพิ่มมากขึ้น โดยเดือน ม.ค. มียอดชมช่องรายการทีวีดิจิทัล 54.60% ช่องรายการเดิม 45.40% เดือน ก.พ.ช่องรายการทีวีดิจิทัลอยู่ที่ 53.90% ช่องรายการเดิม 46.10%

ขณะที่การรับชมทีวีผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินทีวีดิจิทัล ก็มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น โดยเดือน ม.ค.ยอดผู้รับชมช่องทีวีดิจิทัลผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินอยู่ที่ 85% รับชมผ่านเคเบิลและดาวเทียม 15% เดือน ก.พ.ผู้รับชมช่องทีวีดิจิทัลผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินอยู่ที่ 86% รับชมผ่านเคเบิลและดาวเทียม 14% เหตุผลของยอดการรับชมทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้น คือการขยายโครงข่ายทีวีดิจิทัลได้ครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ของประเทศ คุณภาพของรายการ ความคมชัดในการรับชม ทำให้ประชาชนหันมารับชมเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการยกเลิกการประกอบกิจการของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและดาวเทียม ที่ได้ปิดกิจการและยกเลิกใบอนุญาต จากอดีตเคยมีผู้รับใบอนุญาต 700 ราย ปัจจุบันเหลือ 500 ราย และมูลค่าการโฆษณาช่องทีวีดิจิทัลเดือน ก.พ.ที่ผ่านมา มีมูลค่า 5,230 ล้านบาท.

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

ไทยรัฐ กรอบบ่าย
Thai Rath (Mid-Day)
Circulation: 1,000,000
Ad Rate: 1,600

Section: First Section/ข่าวเศรษฐกิจ
วันที่: ศุกร์ 24 มีนาคม 2560
ปีที่: 68 **ฉบับที่:** 21612 **หน้า:** 9(ล่าง)
Col.Inch: 27.04 **Ad Value:** 43,264 **PRValue (x3):** 129,792 **คลิป:** ขาว-ดำ
หัวข้อข่าว: เอไอเอสจัดหนักบุกธุรกิจทีวี

เอไอเอสจัดหนักบุกธุรกิจทีวี

นายปรัธนา ลีลพนังรักษาการหัวหน้าคณะผู้บริหารด้านการตลาด บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือเอไอเอส เปิดเผยว่า การเปิดตัวแพ็กเกจเพื่อให้บริการช่องทีวีระดับโลก อันได้แก่ เอชบีโอ (HBO) และฟ็อกซ์ (FOX) นั้น จะช่วยกระตุ้นการใช้งานของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง หลังจากที่โครงข่ายของเอไอเอสมีความพร้อมเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นโครงข่าย 4 จี ซึ่งครอบคลุมพื้นที่กว่า 98.4% ของจำนวนประชากร และโครงข่ายไฟเบอร์ออพติกเพื่อให้บริการอินเตอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูงภายใต้แบรนด์เอไอเอสไฟเบอร์

"เอไอเอสจะบุกธุรกิจคอนเทนต์ผ่านพันธมิตร เริ่มด้วยเอชบีโอ ซึ่งก่อนหน้านี้เป็นคอนเทนต์ที่เข้าถึงยาก เอไอเอสก็นำมาให้บริการลูกค้า รวมทั้งช่องฟ็อกซ์ ซึ่งนำเข้ามาครบ 22 ช่อง โดยส่วนหนึ่งที่ทำให้ได้ช่องระดับนี้มาให้บริการ เป็นเพราะเรามีฐานลูกค้าสูงถึง 41 ล้านราย และการเปิดตัวเอชบีโอกับฟ็อกซ์นั้น ถือเป็นจุดเริ่มต้น ขณะนี้กำลังอยู่ระหว่างเจรจาเพื่อดึงคอนเทนต์ระดับโลกเข้ามาเพิ่ม แต่ยังไม่สามารถเปิดเผยรายละเอียดได้ โดยเชื่อว่าการบุกซื้อคอนเทนต์ใหม่ๆ จะเป็นแนวทางเพิ่มรายได้ เพิ่มฐานลูกค้า และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง"

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 22 มี.ค. เอไอเอสได้เปิดตัวแพ็กเกจรับชมช่องทีวีระดับโลก ถือเป็นครั้งแรกที่มีการเปิดตัวคอนเทนต์เพื่อหารายได้อย่างจริงจัง โดยแพ็กเกจมีทั้งสำหรับลูกค้ามือถือและลูกค้าเอไอเอสไฟเบอร์ที่ติดตั้งกล่องเอไอเอสเพลย์บ็อกซ์ โดยสำหรับลูกค้ามือถือเอไอเอส ซึ่งต้องดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นเอไอเอสเพลย์ แพ็กเกจเริ่มต้นที่เดือนละ 299 บาท (ราคาโปรโมชั่น) รับชมช่องเอชบีโอได้ 6 ช่อง เป็นต้น ขณะที่แพ็กเกจสำหรับลูกค้าเอไอเอสไฟเบอร์ เริ่มต้นที่เดือนละ 299 บาท แต่หากต้องการรับชมช่องเอชบีโอ จะต้องเสียเงินในอัตราเดือนละ 599 บาท (ราคาโปรโมชั่น)

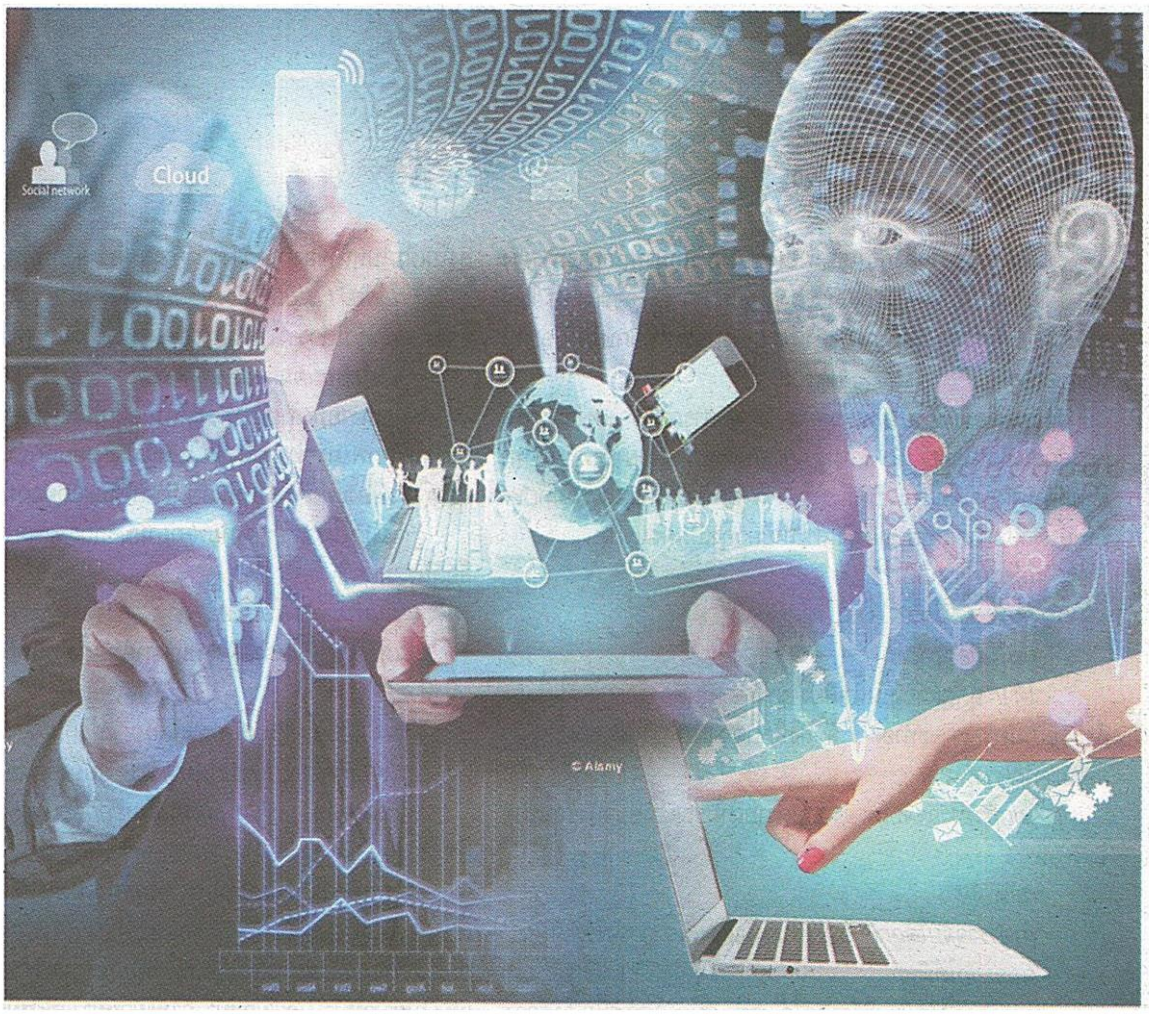
นายปรัธนากล่าวว่า เอไอเอสได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อให้บริการช่องทีวีแล้ว โดยเป็นใบอนุญาตเพื่อการแพร่ภาพ (Broadcast) และใบอนุญาตสถานี (Station) ส่วนการรับมือการถูกละเมิดลิขสิทธิ์นั้น เมื่อเข้ามาสู่ธุรกิจนี้แล้วก็ต้องทำใจระดับหนึ่ง แต่ด้วยเทคโนโลยีณ ปัจจุบัน เอไอเอสสามารถตรวจสอบได้ว่าคอนเทนต์ที่หลุดออกไป และถูกนำไปทำซ้ำนั้น มาจากผู้ใช้รายใด.

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

สยามรัฐ
สัปดาหวิจารณ์
Siam Rath Subda Wijarn
Circulation: 500,000
Ad Rate: 350

Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 24 - พฤหัสบดี 30 มีนาคม 2560
ปีที่: 64 **ฉบับที่:** 28 **หน้า:** 33(กลาง)
Col.Inch: 87.72 **Ad Value:** 30,702 **PRValue (x3):** 92,106 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: บทความพิเศษ: ดิจิทัล...กำลังทำลายล้างองค์กรผู้นำแบบดั้งเดิม!!!

ดิจิทัล...
กำลังทำลายล้างองค์กรผู้นำแบบดั้งเดิม!!!



บทความพิเศษ

> พ.อ.ดร.เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ
รองประธาน กสทช. และประธานกรรมการกิจการโทรคมนาคม

การพลิกผันและการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลอย่างสิ้นเชิงที่ กำลังเกิดขึ้นทุกวินาที ทำให้เกิดคลื่นลูกใหม่ในทุกอุตสาหกรรม ซึ่งมีผลกระทบทั้งองค์กร ไปจนถึงระดับบุคคล จึงจำเป็นที่จะต้องติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีว่ากำลังเดินไปยังจุดใดเพื่อเตรียมตัวให้สามารถคงอยู่ในตลาดต่อไปได้ และเพื่อให้แน่ใจว่าจะสามารถก้าวตามทันแนวโน้มทางดิจิทัลได้

บริษัทวิจัยขนาดใหญ่ เช่น Gartner, Forrester และ IDC ได้วิจัยโดยใช้การวิเคราะห์เชิงคาดการณ์ในทุกๆ ปี เพื่อทำความเข้าใจลักษณะของเทคโนโลยีในอนาคต ได้พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ยังคงวิ่งตามเทคโนโลยีอยู่ โดยการวิจัยของ Forrester แสดงให้เห็นว่ามีบริษัทเพียง 27% ใช้กลยุทธ์ดิจิทัลในการดำเนินงาน ส่วนนักวิจัยจาก Gartner และ IDC คาดว่า รายได้เชิงดิจิทัล จะเติบโตอย่างมากในอีก 4 ปีข้างหน้า ซึ่งการคาดการณ์ของแต่ละ

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

สยามรัฐ
สัปดาหวิจารณ์
Siam Rath Subda Wijarn
Circulation: 500,000
Ad Rate: 350

Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 24 - พฤหัสบดี 30 มีนาคม 2560
ปีที่: 64 **ฉบับที่:** 28 **หน้า:** 33(กลาง)
Col.Inch: 87.72 **Ad Value:** 30,702 **PRValue (x3):** 92,106 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: บทความพิเศษ: ดิจิทัล...กำลังทำลายล้างองค์กรผู้นำแบบดั้งเดิม!!!

สถาบันวิจัย มีแนวโน้มและผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

(1) วิสัยทัศน์ด้านดิจิทัลมีความชัดเจน และมีความสอดคล้องกัน - องค์กรต่างๆ จะเริ่มมองไปที่ภาพรวมของดิจิทัล มีการมุ่งเน้นไปที่การบูรณาการ แผนกต่างๆ ให้มีขนาดลดลง และ 60% ของภาคธุรกิจ จะทำการแต่งตั้งผู้บริหารใหม่เฉพาะด้านดิจิทัล เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์และการริเริ่มระบบดิจิทัลขององค์กรโดยเฉพาะ

(2) การเพิ่มขึ้นของรายได้เชิงดิจิทัล (Digital Revenue) จะเข้ามาเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ – ก่อนหน้านี้ ฝ่าย IT ไม่ได้ทำหน้าที่สร้างรายได้โดยตรงให้แก่องค์กร แต่ปัจจุบัน ฝ่าย IT จะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญมากขึ้นภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ หรือแม้แต่ในองค์กรขนาดเล็ก ด้วยการสร้างรายได้เชิงดิจิทัล ความคิดริเริ่ม และความท้าทายใหม่ๆ

(3) เกิดตำแหน่งงานมากขึ้น – ผู้เชี่ยวชาญด้าน IT จะต้องการเข้าถึงซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ใหม่ๆ มากขึ้น ดังนั้นจึงมีผู้เชี่ยวชาญจำนวนมากที่ต้องการพัฒนาทักษะใหม่ เพื่อจัดการกับเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างเช่น หุ่นยนต์, ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence: AI) และ Internet of Things (IoT) เป็นต้น

(4) Big Data จะมีความสำคัญมากกว่าที่เคยเป็นมา – Big Data จะกลายเป็นปัจจัยหลักของกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่ทำให้องค์กรสามารถมองเห็นและตระหนักถึงข้อบกพร่อง, โอกาสใหม่ๆ และกระบวนการทางธุรกิจขององค์กรได้

(5) การเชื่อมต่อจะเป็นตัวเร่งการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล – การเติบโตของ IoT จะเข้ามาผลักดันวิสัยทัศน์, การใช้ข้อมูล และวิวัฒนาการของงานและกระบวนการในองค์กร เนื่องจากอุปกรณ์จำนวนมากสามารถเชื่อมต่อถึงกัน และสามารถเชื่อมต่อกับผู้คนมากขึ้น โดยใช้วิธีการที่มีประโยชน์และความร่วมมือกัน ซึ่งจะทำให้ความสัมพันธ์ของทุกๆ องค์กรจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

จากที่กล่าวมาในข้างต้นทั้งหมดนั้น จะเห็นว่ามีสิ่งหนึ่งที่เหมือนกันก็คือ **"การเปลี่ยนแปลง"** ซึ่งองค์กร แผนกต่างๆ และบุคลากรในองค์กร ต่างต้องยอมรับความเป็นจริงของการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องที่เกิดขึ้น เพื่อหาเส้นทางเดินต่อไปทางดิจิทัลในอนาคต

การยอมรับอนาคตของการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของผู้นำ ซึ่งนักยุทธศาสตร์มักพูดถึงแนวทางในการแปลงสู่รูปแบบดิจิทัล เหมือนกับว่ามีแผนงานที่ชัดเจนสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจอย่างสิ้นเชิง ซึ่งโดยทั่วไปพบว่าแนวโน้มที่องค์กรจะประสบความสำเร็จนั้น ส่วนใหญ่เกิดจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ แต่องค์กรส่วนใหญ่ก็ไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์ที่จะสามารถนำไปสู่ความสำเร็จทางดิจิทัลได้อย่างชัดเจน

ในความเป็นจริง ผู้นำส่วนใหญ่ยังมองไม่เห็นว่าอะไรจะส่งผลกระทบต่ออนาคตมากที่สุด ซึ่งในช่วงสิบปีที่ผ่านมา คนทั่วไปคิดว่าสื่อดิจิทัล จะทำให้หนังสือพิมพ์และสื่อแบบดั้งเดิมล้าสมัยเท่านั้นแต่สิ่งที่พวกเขาไม่เคยนึกถึงก็คือความสัมพันธ์และการพึ่งพากันของการพิมพ์และสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน เช่น หากคุณพลิกหน้าหนังสือพิมพ์ในขณะนี้ คุณจะพบกับสื่อที่สามารถโต้ตอบได้ และจะเห็นโฆษณาออนไลน์ที่สามารถใช้อุปกรณ์สมาร์ทโฟนเชื่อมโยง content ได้ทันที เป็นต้น

วิวัฒนาการของสื่อดิจิทัลมีผลต่อแวดวงสื่อสารมวลชน และสื่ออย่างมีนัยสำคัญซึ่งไม่ได้มีการหดตัวตามที่เคยคาดการณ์ไว้แต่การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลกลับสร้างโอกาสให้มากขึ้นกว่าที่เคย

แต่ดิจิทัลทำให้เกิดการแตกกระจายตัวของสื่อ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคในการเสพสื่อหลายแพลตฟอร์มในเวลาเดียวกัน และละเลยสื่อดั้งเดิมที่ไม่ปรับตัวตามพฤติกรรมดังกล่าว

เป้าหมายของการตลาดที่เน้นไปที่ลูกค้า (Consumer-centric) และ Big Data ต่างมีความสำคัญ แต่องค์กรส่วนใหญ่กลับใช้เวลาในการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบดิจิทัลเท่านั้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่สามารถเปลี่ยนแปลงองค์กรได้อย่างแท้จริงมักเกิดขึ้นจากวิสัยทัศน์ที่สามารถมองเห็นอนาคตและขั้นตอนต่างๆ ที่จะช่วยลดช่องว่างระหว่างเทคโนโลยีในปัจจุบันและเทคโนโลยีในอนาคตลงได้ ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องรู้ว่าผู้บริโภคต้องการอะไร และยังคงต้องพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถรับรู้ถึงสิ่งที่ผู้บริโภคอาจจะยังไม่ทราบว่าพวกเขาต้องการ

การเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตของการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ซึ่งเป็นที่ชัดเจนแล้วว่า เราจะเห็นการเชื่อมโยงกันทางภูมิศาสตร์ และการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างมหาศาล โดยคอมพิวเตอร์จะมีความรวดเร็วขึ้นอย่างคาดไม่ถึง และจะมีขนาดเล็กลง อีกทั้งสามารถใช้งานได้ง่ายกว่าที่เคย และชีวิตจะเริ่มเปลี่ยนไปในอัตราเร่ง โดยเทคโนโลยีอาจทำให้งานเก่าๆ ลดน้อยลงและหายไป แต่ก็จะสร้างงานรูปแบบใหม่ขึ้นมาแทน

ตราบใดที่ผู้นำยอมรับการเปลี่ยนแปลง และสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว อนาคตก็จะเต็มไปด้วย "ความเป็นไปได้"...

Impossible is nothing ■

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

มติชน
Matichon
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,550

Section: First Section/หน้าแรก
วันที่: ศุกร์ 24 มีนาคม 2560
ปีที่: 40 **ฉบับที่:** 14257 **หน้า:** 1(ขวา), 8
Col.Inch: 78.21 **Ad Value:** 121,225.50 **PRValue (x3):** 363,676.50 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: ถอดรหัสฮิต'เบอร์โทรสวย'เลขมงคลหรือธุรกิจ

ถอดรหัส ฮิต'เบอร์โทรสวย' เลขมงคล หรือ ธุรกิจ

สังคมไทยกับศาสตร์แห่งตัวเลขเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก หลายคนเชื่อว่าเลขมงคลจะช่วยเสริมเรื่องความรัก

(อ่านต่อหน้า 8)

ต่อจากหน้า 1

หน้าที่การงาน การเงิน ครอบครัว หรือสุขภาพ

หลายหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่จัดสรรเลขหมายให้ประชาชน อาศัยเป็นช่องทางหารายได้เข้ารัฐ

ล่าสุด สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ก็นำเลขหมายโทรศัพท์ **"เบอร์สวย"** ออกประมูลได้เงินไปกว่า 120 ล้านบาท

"เบอร์สวย" มีคุณค่าอย่างไร มีนัยอะไรอยู่ในนั้น

"ฐากร ตัณฑสิทธิ์" เลขาธิการ กสทช. ให้ความเห็นถึงความนิยมในเรื่องนี้ว่า สาเหตุที่คนสนใจเข้าร่วมประมูลเบอร์สวยในราคาสูง นอกจากจะเชื่อเรื่องศาสตร์ของตัวเลขแล้ว เบอร์สวยยังเป็นเหมือนการลงทุน นำไปประกอบธุรกิจให้เช่าขายต่อได้ อีกทั้งเบอร์สวยที่ กสทช.นำออกประมูลหมดแล้วหมดเลยและหายาก

จากการสังเกตยังพบว่า ผู้ประมูลส่วนใหญ่จะหน้าเดิมและมักเป็นตัวแทนที่มาประมูลแทน เช่น เอเยนซี่ ผู้ที่ประมูลตัวจริงไม่ต้องการเปิดตัว เบอร์ที่เป็นลักษณะ 6 ตัวเหมือน ผู้ที่ประมูลมักจะนำไปใช้งานจริง แต่ 7 ตัวเหมือน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเอเยนซี่

ขณะที่ฝั่งผู้นิยมเบอร์สวย **"วสวัตติ์ ชยะ"** นักธุรกิจผู้เข้าร่วมประมูลเบอร์สวย ผู้สมหวังในการประมูลเบอร์ 6 ตัวเหมือน หมายเลข 08-0800-0000 ในราคา 5.5 แสนบาท ให้เหตุผลว่า จะนำไปใช้เป็นเบอร์ส่วนตัว เพราะการที่เบอร์โทรศัพท์เป็นเลขเรียงกันจะทำให้ผู้ที่ต้องการติดต่อจำได้ง่าย เป็นผลดีกับธุรกิจ ที่สำคัญเบอร์มือถือไม่มีค่าเสื่อม ต่างจากการซื้อรถที่มีค่าเสื่อม แต่โดยส่วนตัวไม่ได้เชื่อเรื่องดวงเพราะเป็นเรื่องที่พิสูจน์ไม่ได้

ส่วนมุมมองในเรื่องความเป็นศาสตร์ **"ทศพร ศรีตุลา"** หรือหมอช้าง นักโหราศาสตร์ชื่อดัง อธิบายว่าในเชิงของศาสตร์เกี่ยวกับตัวเลข เลขที่มีอิทธิพลกับชีวิตคนเป็นเลขที่เกิดขึ้นจากรอบตัวเรา เช่น เลขบัตรประชาชน เลขประจำตัวนักศึกษา เลขที่บ้าน เลขทะเบียนรถ รวมไปถึงโทรศัพท์มือถือ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม ยุคนี้เป็นยุคที่คนเปลี่ยนเบอร์มากกว่าเปลี่ยนชื่อ สมัยก่อนคนมาปรึกษา เพราะอยากจะตั้งชื่อให้มีความเป็นมงคล แต่เดี๋ยวนี้เบาลงไปแล้ว ยุคนี้มือถือไม่ใช่มีไว้พูดคุยอย่างเดียวแล้ว แต่เป็นอุปกรณ์ทำมาหากิน บางคนมีไว้ค้าขายของออนไลน์ ซื้อขายหุ้นทางมือถือ โอนเงินทางมือถือ มือถือเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือหากินอย่างหนึ่ง ดังนั้น อะไรก็ตามที่ทำให้มีความมั่นใจในการใช้มากขึ้น คือการเลือกตัวเลขที่ดี ก็เลยทำให้กระแสความนิยมในเรื่องนี้เข้ามามากขึ้น

สาเหตุที่ทำให้เบอร์มือถือมีมูลค่าสูง หมอช้างระบุว่ามี 2 สาเหตุหลักๆ คือ ความแพงเกิดขึ้นจากความง่ายในการจดจำ เบอร์พวกนี้ให้ผลในเชิงภาพลักษณ์ การตลาด ถ้ามีเบอร์เรียงเหมือนกันหมดทุกตัว คนอื่นก็จะรู้สึกว่าคนที่ใช้เบอร์นี้ **"ไม่ธรรมดา"** ก็เปรียบเสมือนเฟอร์นิเจอร์อย่างหนึ่งหรือผลทางการตลาด

อีกสาเหตุ เป็นเหตุผลความเชื่อในศาสตร์ตัวเลข มีสูตร มีตำราที่แตกต่างกัน เพราะในโหราศาสตร์จริงๆ ตำราเรื่องมือถือเพิ่งมามีตอนหลัง ยังไม่มีมาตรฐานทางตำราที่ชัดเจน

"เป็นการนำเรื่องโหราศาสตร์ไทยมาประยุกต์ สมัยก่อนผมเรียนโหราศาสตร์ตอนเด็กๆ ไม่มีวิชาเบอร์มือถือเกิดขึ้น เพราะมือถือเพิ่งมามีรุ่นหลังๆ แต่ในฐานะที่เราเป็นนักโหราศาสตร์ เราก็เข้าใจตัวเลขจากดวงดาว สามารถเอาไปประยุกต์ในหลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเลขที่บ้าน เลขบัตรประชาชน จนตอนหลังพอนิยมมากขึ้น ก็มีหลายคนพยายามรวบรวมเป็นตำราของตัวเองขึ้นมา แต่ต้องเข้าใจก่อนว่าโหราศาสตร์เป็นความรู้ที่ต้องอาศัยสถิติและการเก็บข้อมูลหลายชั่วอายุคน การจะสร้างตำราอะไรขึ้นมาใหม่อันหนึ่ง คง

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

มติชน
Matichon
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,550

Section: First Section/หน้าแรก
วันที่: ศุกร์ 24 มีนาคม 2560
ปีที่: 40 **ฉบับที่:** 14257 **หน้า:** 1(ขวา), 8
Col.Inch: 78.21 **Ad Value:** 121,225.50 **PRValue (x3):** 363,676.50 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: ถอดรหัสฮิต'เบอร์โทรสวย'เลขมงคลหรือธุรกิจ

ต้องใช้เวลาในการศึกษามากขึ้น และการพยากรณ์ของตัวเลขโดยตรงจะไม่เกี่ยวกับความเชื่อทางวัฒนธรรมหรือท้องถิ่น"

เมื่อพูดถึงตัวเลขยอดนิยม หมอช้างบอกว่า ในทางศาสตร์ เลข 9 อาจไม่ใช่เลขที่ดีที่สุด แต่คนไทยชอบเพราะไปพ้องเสียงกับคำว่า **"ก้าวหน้า"** หรือคนจีนชอบเลข 8 เพราะไปพ้องเสียงกับคำว่า **"มั่งคั่งร่ำรวย"** และคนไทยก็ไปรับวัฒนธรรมนั้นมา

ส่วนเลขที่คนไทยไม่นิยม สมัยก่อนคือเลข 6 เพราะไปพ้องเสียงกับคำว่าหก ก็ดูไม่ดี หรือเลขที่คนไทยไม่ชอบเลยคือเลข 0 ไปพ้องคำว่า "สูญเสีย" ฉะนั้น เรื่องคำพ้องเสียงเป็นเรื่องของวัฒนธรรม ไม่ใช่เรื่องของศาสตร์ตัวเลข

ในทางโหราศาสตร์จะมองเชิงความหมายของตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับดวงดาวมากกว่า และเลขทุกตัวมีดีมีเสียพอๆ กัน ไม่ได้บอกว่าเลขตัวไหนจะดีมาก เลขตัวไหนจะแย่มาก อาจขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่ไปใช้งาน

สำหรับความหมายของเลข 0-9 หมอช้างอธิบายว่า

เลข 0 เลขของการเปลี่ยนแปลง การเริ่มต้นสิ่งใหม่ๆ บางงานบางอาชีพที่อาศัยความบุกเบิกเริ่มต้น หรือทำอะไรใหม่ๆ ตลอดเวลา เช่น นักพัฒนา นักประดิษฐ์คิดค้น ผู้ผลิตเทคโนโลยี เลข 0 ไม่ได้เป็นเลขที่น่ากลัว

เลข 1 เป็นเลขแห่งความเป็นผู้นำ เพราะอะไรต้องนับที่เลข 1 ก่อน เป็นเลขของผู้นำ หัวหน้า

เลข 2 เป็นเลขแห่งเรื่องการดูแล งานบริการ อาชีพที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ของสวยงาม หรือสินค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่ม อาหาร

เลข 3 เป็นเลขแห่งความแรง ให้นึกถึงทาง 3 แพร่ง บางคนอาจไม่ชอบเลขนี้ แต่อาชีพเกี่ยวข้องพวกเครื่องจักรเครื่องกล เช่น โรงกลึง อู่ซ่อมรถ หรืออยู่กับของมีคม เช่น โรงงานเย็บผ้า ช่างตัดผม หรืองานที่ต้องวุ่นวายกับคนจำนวนมาก เช่น งานธุรการ ทนาย หมอ ก็ใช้เลข 3 ได้

เลข 4 เลขแห่งการสื่อสาร การเจรจา คำพูด เกี่ยวข้องกับงานที่เกี่ยวกับการสื่อสาร งานขาย อาชีพที่ใช้ทักษะการพูด การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับคน หมายถึงสติปัญญาความรู้

เลข 5 เลขแห่งความมั่นคง ผู้หลักผู้ใหญ่ งานที่ติดต่อเรื่องราชการ งานบริหาร งานการศึกษา งานที่ต้องมีการบรรยาย

เลข 6 เลขแห่งความรัก คนที่ชอบเรื่องความรัก ความสุข ความบันเทิง เสียงเพลง ดนตรี หรืองานที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เสื้อผ้า เครื่องประดับ เป็นงานหรูหรา

เลข 7 เป็นเลขที่เกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก อุตสาหกรรม โรงงาน ก่อสร้าง ที่ดิน งานวิศวกร สถาปนิก ออกแบบ งานหนักๆ

เลข 8 เป็นเลขเกี่ยวกับต่างประเทศ การเดินทาง การเสี่ยงโชค หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น การค้าขายในโลกออนไลน์ เพราะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ นักกีฬาก็ใช้เลขนี้ได้

เลข 9 เป็นเลขสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเดินทาง ลาภ สังหรณ์ โชคลาภ

อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่เมื่อบอกว่าเลขนี้ดี แล้วทุกคนดีเหมือนกันหมด สุดท้ายก็หนีไม่พ้นคือการสื่อสารที่ดี คงไม่ใช่แค่เบอร์ดีอย่างเดียว ต้องเริ่มจากปิยวาจา ไม่นินทา ไม่พูดคำหยาบ ไม่ใส่ร้าย เพราะใช้เบอร์ดี แต่พูดไม่ดี เบอร์ก็ช่วยอะไรไม่ได้ คนเราไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนเบอร์ใหม่ เพราะยังมีตัวช่วยอื่นๆ อีกมากมาย ทั้งเรื่องฮวงจุ้ย โหงวเฮ้ง สิ่งในการเสริมดวงมีหลายอย่าง ไปให้น้ำหนักเรื่องใดเรื่องเดียว คงไม่ใช่

"สิ่งสำคัญที่สุดคือว่า ไม่ว่าอย่างไรก็ตาม อย่าไปตกเป็นเหยื่อของเบอร์ที่แพงเกินความเป็นจริง ใครที่อยากเปลี่ยนเบอร์ก็ให้พยายามศึกษาหาข้อมูลให้ดี และควรมีความรู้เรื่องศาสตร์ตัวเลขบ้าง ก็ช่วยเราได้ระดับหนึ่ง" หมอช้างทิ้งท้าย

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

แนวหน้า
Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,250

Section: ผู้หญิง/หน้าแรก
วันที่: ศุกร์ 24 มีนาคม 2560
ปีที่: 38 **ฉบับที่:** 13119 **หน้า:** 13(เต็มหน้า), 14, 15
Col.Inch: 560.48 **Ad Value:** 700,600 **PRValue (x3):** 2,101,800 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: (มีต่อ)ฉลองสู่ปีที่ 38 ก้าวแห่งคุณภาพ คู่สังคมไทย

พ.อ.ชูเลิศ จิระรัตนเมธากร รองเลขานุการ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ในนามสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม กรมบังคับคดี

กลุ่มทรู

ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ธนาคารธนชาต

ธนาคารกรุงไทย

ดร.สมชัย สัจจพงษ์ ปลัดกระทรวงการคลัง กระทรวงการคลัง

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ไทยประกันชีวิต

บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม

บมจ.เอพี (ไทยแลนด์)

กระเช้าดอกไม้สวยๆ จาก รศ.ดร.พรจิต สมบัติพานิช

ทิพย์ลดา เชาวนปรีชา มอบดอกไม้ยินดี

บมจ.บัตรกรุงไทย

บจ.อายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย)

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

สยามกีฬา

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

Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 24 มีนาคม 2560
ปีที่: 33 **ฉบับที่:** 11708 **หน้า:** 4(บนขวา)
Col.Inch: 17.88 **Ad Value:** 22,350 **PRValue (x3):** 67,050 **คลิป:** สี่สี
ภาพข่าว: ชีพจรกีฬา: เข้าขอพร

ชีพจร กีฬา

เข้าขอพร อิสระ วงศ์รุ่ง รองผู้อำนวยการ ธ.ออมสิน กลุ่มลูกค้าบุคคล พร้อมด้วย วิชัย ปิยวรรณวงศ์ อนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กสทช. ร่วมกันเข้าขอพร สมเด็จพระสังฆราช ที่วัดราชบพิธฯ เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันเกิด โดยมีคณะผู้บริหาร ธ.ออมสินร่วมขอพรด้วย เมื่อวันก่อน

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com