



กรมประมง 4.0

ขับเคลื่อนเทคโนโลยี ประมงไทยสู่ความยั่งยืน

OPEN CABLING

รู้ไว้มีชัยไปกว่าครึ่ง

อ่านแล้วก็ตอบบ้าง

เตือนแอดมินเพจ อย่าละเลยคอมเมนต์แฟนเพจ

NEW PRODUCTS HIGHLIGHT



PS-1001

100/1000 PoE+ RJ45 to 100FX/1000Base-X SFP Industrial Converter



UF-2841

mini Advanced Fusion Splicer Set



UT-1300

100/1000 PoE+ RJ45 to 100FX/1000Base-X SFP Converter

Editor Talk



ความพึงพอใจนั้นดูเหมือนจะเป็นหัวใจของการทำการตลาดในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา นักการตลาดหรือแม้กระทั่งนักการตลาดออนไลน์ส่วนใหญ่ในปัจจุบันพยายามที่จะทำให้ผู้คนรู้สึกมีความพึงพอใจอย่างสูงสุดเมื่อได้ใช้บริการของหน้าร้านค้าทั้ง Offline และ ONLINE หรือเมื่อได้ซื้อสินค้า หลายบริษัทเริ่มทำการสำรวจความพึงพอใจกันอย่างจริงจัง โดยคาดหวังว่าเมื่อลูกค้าพึงพอใจต่อสินค้าและบริการที่ทางร้านจัดให้ ก็จะส่งผลถึงความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ซึ่งจะสามารถทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมที่จะกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำๆ อย่างไรก็ตามความเชื่อในเรื่องความภักดีต่อตราสินค้านั้น เริ่มที่จะมีข้อถกเถียงกันในวงการนักการตลาดว่า อันที่จริงแล้วความภักดีนั้นคงอยู่ยาวนานตลอดไปเหมือนกับที่เราๆ เชื่อกันหรือไม่ งานเขียนของ Susan M. O'Dell และ Joan A. Pajunen ในหนังสือเรื่อง The Butterfly Customer ในปี 1997 ตอกย้ำความเชื่อใหม่ว่า ปัจจุบันลูกค้านั้นเป็นเหมือนผีเสื้อ ซึ่งไม่เคยภักดีต่อดอกไม้ดอกใดดอกหนึ่ง ลูกค้ายุคใหม่ปัจจุบันเต็มไปด้วยข้อสงสัยกับสิ่งที่ร้านค้าสัญญาว่าจะส่งมอบให้ นอกจากนี้ลูกค้ายังเป็นผู้ที่มองหาโอกาสในสิ่งที่คิดว่า และพร้อมที่จะโยนมันไปจากเราในทุกๆ เมื่อเห็นว่าคนอื่นยื่นข้อเสนอที่ดีและมีเหตุผลกว่าให้พวกเขา จริงไหมครับ

เกริ่นมาชะยาว ช่วงนี้ทุกท่านก็คงจะเริ่มได้รับกลิ่นไอของสมหนาวที่กำลังมาเยือนอีกครั้งในปีนี ช่วงปลายพ่นต้นหนาวแบบนี้ อย่าลืมรักสุขภาพกันด้วยนะครับ จะได้เตรียมตัวไปท่องเที่ยวกันในปลายปีนีกันอย่างสนุกสนาน ท่านใดยังสรุปงานหรือเคลียร์งานอะไรไม่เสร็จ รีบทำกันนะครับจะหมดปีกับอีกแล้ว ระหว่างปีต้นฉบับ ฉบับนี้ผมอยู่ในระหว่างเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ที่ไปก็ครั้งที่ไม่เคยเบื่อ ได้เรียนรู้เรื่องราวแปลกๆ ใหม่ๆ อยู่เป็นประจำ ในฉบับนี้เรายังคงมีเนื้อหาสาระที่น่าสนใจอีกเช่นเคย ในทุกกอลัมน์ที่ทุกท่านติดตาม ขอให้มีความสุขสนุกสนานและอัมเมไปกับ Magazine ของเราฉบับนี้แล้วพบกันใหม่ในฉบับหน้า ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ สำหรับวันนี้สวัสดีพี่น้องชาวไทย....

นิตสูวาท บันทองคำ
บรรณาธิการ

Contributors

ชลิตา อหิณฑริพร	Chalida Anuntarumporn
ณัฐนิช อหิณฑริพร	Nuttanal Anuntarumporn
อภิชาติ พงศ์หา	Apichart Pongna
ภาคภูมิ พลธร	Bhakhum Phonthon
สุวาทนต์ สิงห์ขจร	Thuwanon Singkajohn
ธนา ตั้งสกุล	Thana Tungsakul
พัชรพล บัวเม็น	Pacharapol Buakem
นิชารีย์ แก้วไชยนา	Nicharee Kawchaisa
เมทินี มุมนเกิด	Maylinee Numkerd
วสิษฐ เขาวพ็อง	Waleeporn Chaowaphong

Editor

ธนากรณ ประดิษฐ์พลอย Tanaporn Pradubploy

Creative Design

อนุรักษ์ แสนเขื่อน Anurak Sankhuan

CONTENT

03 LINK PRODUCT HIGHLIGHT

04 LINK TECH

05 LINK TIPS

06 LINK TALK

08 LINK SUCCESS

10 LINK EVENT

12 TELECOM STORY

14 STRATEGIC THINKING

16 DIGITAL MARKETING

18 LINK RELAX

20 CSR STORY

23 LINK JOBS



NEW

PRODUCTS HIGHLIGHT

คอมส์มัน New Product Highlight ฉบับนี้ขอแนะนำ 3 ผลิตภัณฑ์ที่เข้ามาใหม่ ประจำเดือนพฤศจิกายนนี้ คือ Mini Advance Fusion Splice Set เครื่องฟิวชั่นสไปลซ์ที่มีครบทุกฟังก์ชันต่อม โจทย์งาน FTTx โดยเฉพาะ, Mini PoE + Industrial Converter ที่มีขนาดเล็กเหมาะกับงานกล่องวงจรปิด มาพร้อมฟังก์ชัน PoE 30W อีกผลิตภัณฑ์ คือ Mini Media converter เหมาะสำหรับระบบ Network ทั่วไป ที่เน้น Plug & go ใช้งานได้ทันที เราไปดูจุดเด่นแต่ละตัวเลยครับ



mini PoE+ Media Converter ขนาดเล็กสำหรับงานกล่องวงจรปิด
PS-1001 100/1000 PoE+ RJ45 to 100FX/1000Base-X SFP Industrial Converter

- มีขนาดเล็กกระทัดรัดเพียง 56 x 40 x 49 มม. สามารถติดตั้งใน Housing ของกล่องได้
- มีพอร์ตแลน 1 พอร์ต รองรับ PoE+, 30w, 100/1000 Mbps
- มีพอร์ต SFP 1 พอร์ต รองรับ 100 Base-X และ 1000 Base-X
- สามารถทนอุณหภูมิสูงถึงได้ -40°C ถึง 75°C
- ผ่านมาตรฐาน RoHS, CE และ FCC
- รับประกันคุณภาพ 3 ปี



เครื่องฟิวชั่น สไปลซ์ แบนด์ อเมริกา ราคาสุดคุ้ม
UF-2841 mini Advance Fusion Splicer Set

- เทคโนโลยีในการจัดวางแนวสายแบบ Cladding to Cladding มีความแม่นยำสูง
- มีขนาดเล็กกระทัดรัดเหมาะสำหรับงาน FTTH และงานภาคสนาม
- สามารถ Splice สายได้ทุกแบบ เช่น FTTH แบบแบบ (ขนาด 2.0x3.0mm), 250 μm และ 900μm
- กล้องจุ้มมอง 90 องศา สามารถปรับได้ 2 ทิศทาง
- หน้าจอ LCD ขนาดใหญ่ 4.3 นิ้ว
- ใช้เวลา Splice ต่อครั้ง เพียง 8 วินาที
- มีอุปกรณ์ประกอบครบชุดทำงานได้ทันที
- รับประกันคุณภาพ 1 ปี พร้อมศูนย์บริการในประเทศไทย



Mini Media Converter ขนาดเล็กสำหรับงาน Network
UT-1300 100/1000 RJ45 to 100FX/1000Base-X SFP Converter

- มีขนาดเล็กกระทัดรัดเพียง 86.2 x 23.4 x 59.4 มม.
- มีพอร์ตแลน 1 พอร์ต รองรับ 100/1000 Mbps
- มีพอร์ต SFP 1 พอร์ต รองรับ 100 Base-X และ 1000 Base-X
- ผ่านมาตรฐาน RoHS, CE และ FCC
- รับประกันคุณภาพ 3 ปี



Basic Network Equipment EP.7

อุปกรณ์ในระบบเครือข่ายที่มีการใช้งานกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันและอนาคต อีกอุปกรณ์ นั่นก็คืออุปกรณ์กระจายสัญญาณชนิดไร้สาย ที่เราเคยได้ยินกัน ไม่ว่าจะเป็น Wireless Router, Wireless LAN(WLAN), Access Point, Extender, WI-FI สรุปแล้วมันคืออะไรกันแน่ครับ ดังนั้นผมจะสรุปง่ายๆ แบ่งแยกไปแต่ละตัวว่าคืออะไร ดังนี้ 1.Wireless LAN(WLAN) 2.WI-FI 3.Access Point(AP) 4.Extender 5.Wireless Router

1. Wireless LAN(WLAN) คืออะไร

Wireless LAN (WLAN) คือระบบการสื่อสารหรือระบบเครือข่ายที่ส่ง-รับ ข้อมูลโดยไม่ใช้สายนำสัญญาณ ดังนั้นการรับส่งสัญญาณและข้อมูลจึงใช้การส่งคลื่นวิทยุ RF หรือ อินฟราเรด ผ่านอากาศไปยังเครื่องรับสัญญาณ ทำให้การใช้งานสะดวกขึ้น แต่ที่อาจมีปัญหาคือของระยะทาง ความเร็ว และสิ่งกีดขวางได้ สรุปได้ว่า WLAN ไม่ใช่อุปกรณ์ แต่เป็นชื่อของระบบครับ



2. WI-FI คืออะไร

Wi-Fi หรือ Wireless fidelity หรือองค์กรที่ทำหน้าที่ทดสอบอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ของระบบเครือข่ายไร้สาย(WLAN)ภายใต้มาตรฐานของกลุ่ม IEEE (IEEE802.11) การทดสอบจะทดสอบอุปกรณ์แต่ละยี่ห้อว่าได้ผลิตเป็นไปตามมาตรฐานหรือไม่ สามารถใช้งานด้วยกันมีปัญหาหรือไม่ หากผ่านการทดสอบก็จะได้สัญลักษณ์ Wi-Fi Certified เป็นเหตุให้สัญลักษณ์นี้ถูกเรียกติดปากกันมาตั้งปัจจุบันว่าหมายถึงตัวอุปกรณ์เครือข่ายไร้สายหรือบางครั้งเหมารวมไปถึงอินเตอร์เน็ตไร้สายด้วยนั่นเอง



ฉบับหน้าจะกล่าวถึงมาตรฐานในกลุ่มIEEE802.11และอุปกรณ์ตัวต่อๆไปครับ พวกติดตามกันต่อไป



OPEN CABLING

รู้ไว้มีชัยไปกว่าครึ่ง

ไม่ว่าจะเป็นการถอดแบบ หรือการออกแบบวางเพนระบบสายสัญญาณให้ลูกค้า หากเรามีการวางเพนระบบสายสัญญาณที่ดัดเนียบ่อมมีชัยไปกว่าครึ่ง การออกแบบที่ดีนั้นเราควรออกแบบให้ตรงตามหลัก Open Cabling ซึ่งนอกจากจะเป็นไปตามหลักมาตรฐานสากลแล้วนั้น ยังช่วยต่อการจัดการและการปรับปรุงในอนาคตอีกด้วย

Open Cabling คือ ระบบสายสัญญาณที่ออกแบบให้ช่วยต่อการจัดการ และรองรับการใช้งานในอนาคต โดยจะมีการออกแบบตั้งแต่จุดรวมและกระจายสายสัญญาณในตัว Server ไปยังปลายทางตัวรับ (Outlet) ซึ่งมีข้อดีดังนี้ ดังนี้

- ระบบมีความยืดหยุ่น สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย เปลี่ยนแปลงในภายหลัง
- รองรับการใช้งานไปใช้ได้หลายระบบ เช่น กล้องวงจรปิด, คอมพิวเตอร์ หรือ อินเตอร์เน็ต เป็นต้น
- ถูกต้องตามมาตรฐานสากล

และหากใครอยากดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการออกแบบระบบ Cabling ก็สามารถติดต่อสอบถามรับชมใน คอร์ส LPD ที่ บริษัท อินเตอร์ลิงค์ฯ ได้ครับ

LAN NETWORK SOLUTION

The diagram illustrates a multi-level office environment with various networking components labeled with product codes:

- PS-8116**: 16 x 10/100/1000Mbps PoE+ Switch
- G7-00006**: PDU & Outlets
- G7-05002**: 2x4" Heavy Duty Fan
- US-3124A**: NEW Design CAT6 Patch Panel 24 ports
- US-3053**: Cable Management with Cover
- US-5101-X**: CAT6 UTP Patch Cord
- G1-60606**: 19" Germany Web Rack
- G8-60642B**: 19" Germany 5U Server Rack
- US-10065L**: CAT6 R45 Modular Jack
- US-9116**: CAT6 UTP 100m 600MHz 23AWG, CMR
- US-2001AWH**: Face Plate 1 port with Icon & Label
- US-5101-X**: CAT6 UTP Patch Cord

จากภาพด้านบน เป็นตัวอย่างระบบ Network ที่ใช้สาย UTP ในการกระจายสัญญาณจากตู้ Rack ไปยังอุปกรณ์ต่างๆ จะเห็นได้ว่าการติดตั้งตัวรับที่ปลายทาง และภายในตู้ Rack ก็ยังมีอุปกรณ์ต่างๆที่ช่วยในการจัดการสายสัญญาณให้เรียบร้อย ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้ บริษัท อินเตอร์ลิงค์ฯ ได้นำเข้ามาจัดจำหน่ายครบทั้ง Solution กันเลยไม่ต้องไปหาซื้อที่ไหนกันอีก เรียกได้ว่ามาที่เดียวได้อุปกรณ์ครบทั้งอาคารเลยครับ



กรมประมง 4.0

ขับเคลื่อนเทคโนโลยี ประมงไทยสู่ความยั่งยืน



นายศุภวิทย์ โกมลาลัย

ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่เป็นผู้นำในภาคการประมงของโลก ปี 2558 ไทยติดอันดับ 1 ใน 20 ของการประมงโลก การทำประมงและการจับปลาเป็นอาชีพพื้นเมืองที่หล่อเลี้ยงวิถีชีวิตของชาวประมงไทย แต่ในช่วงที่ผ่านมายุทธศาสตร์ประมงไทยได้เติบโตแบบก้าวกระโดด ยุทธศาสตร์ประมงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งการทำประมง การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ยุทธศาสตร์กรมการแปรรูปสัตว์น้ำ และยุทธศาสตร์ต่อเนื่องอื่นๆ ประเทศไทยกลายเป็นประเทศผู้ผลิต แปรรูป เพื่อการส่งออกสินค้าประมงและอาหารทะเลอันดับต้นๆ ของโลก ส่งพลให้รูปแบบการทำประมงตามวิถีแบบเดิมๆ ต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้ก้าวทันกับอุตสาหกรรมประมงโลก ปัจจุบันกรมประมงได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาพัฒนาการประมงของไทย เพื่อสร้างจุดแข็งให้สินค้าประมงไทย สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก วันนี้เราพามารู้จักกับ **คุณศุภวิทย์ โกมลาลัย ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์** ผู้ขับเคลื่อนเทคโนโลยีสารสนเทศของกรมประมงกัน:

ศูนย์สารสนเทศ กรมประมง

กรมประมง (Department of Fisheries) ภายใต้สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำการศึกษา ค้นคว้า สืบค้น วิจัย วิเคราะห์ ทดลอง ด้านวิชาการทุกสาขาวิชาการของประมง ตลอดจนทำการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนา อาชีพที่เกี่ยวกับการประมงของประเทศไทยให้เจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต กรมประมงได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานราชการมานาน และเห็นถึงความสำคัญของระบบสารสนเทศ จึงให้การสนับสนุน พลักดันงานด้านสารสนเทศ และแบ่งงานภายในเป็น 5 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มวิจัย และพัฒนาข้อมูลดาวเทียม กลุ่มวิจัยและพัฒนาข้อมูลการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ กลุ่มวิจัยโครงสร้างทรัพยากรประมง กลุ่มพัฒนาระบบสารสนเทศและศูนย์คอมพิวเตอร์ประมง ซึ่งได้มีการจัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศของกรมประมง โดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ต่อมาเมื่อรัฐบาลมีนโยบายให้ปรับโครงสร้างของส่วนราชการในปี 2545 จึงมีการปรับเปลี่ยนและจัดระบบบริหารหน่วยงานภายในกรมประมงใหม่ เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานภายใต้ “ศูนย์สารสนเทศ”

แนวคิดการทำงานสู่ความสำเร็จ

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมประมง มีหน้าที่ความรับผิดชอบหลักคือ พัฒนาระบบงานและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของกรมประมง และระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ ให้สอดคล้องรองรับมาตรฐานและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของกรมและสำนัก/กอง ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังดูแลระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการ e-service แบบ one*stop service ในการดำเนินการธุรกิจของผู้ประกอบการด้านการประมง อาทิ การบริการออกใบอนุญาตนำเข้า - ส่งออกสินค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง การบริการออกใบรับรอง Health*Certificate ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ หนังสือกำกับการขนย้ายสัตว์น้ำและลูกพันธุ์ของหน่วยงานระดับ



สำนัก/กอง ที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาฐานข้อมูลด้านการประมงและระบบงานให้สามารถเชื่อมต่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อเป็น ศูนย์กลางเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศด้านการประมงของประเทศ

บูรณาการ Big Data

ปัจจุบันกรมประมงได้จัดทำ Big Data เพื่อรองรับข้อมูลขนาดใหญ่หรือมีจำนวนมาก เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้อาการประมวลผลไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุดได้ สำหรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ในด้านการประมง จะเป็นในเชิงการจัดเก็บข้อมูลทางประมง เช่น ข้อมูล Zoning พื้นที่ทำการประมง พื้นที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ข้อมูลการขึ้นทะเบียนทะเบียนเกษตรกร ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและผู้ประกอบการ ข้อมูลพื้นที่อนุญาตทำการประมง/เขตรักษาพื้นพันธุ์ ข้อมูลเครื่องมือประมงประจำที่ ข้อมูลตำแหน่งจุดสำรวจทรัพยากรประมง เช่น คุณภาพน้ำ สัตว์หน้าดิน แพลงก์ตอน ฯลฯ ซึ่งเมื่อมีการจัดเก็บข้อมูลมาช่วงเวลาระยะเวลาหนึ่งก็สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปประกอบการสนับสนุนการตัดสินใจ หรือนำไปใช้ประโยชน์ข้อมูลเครื่องมือประมงประจำที่ โดยอาศัยเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่เหมาะสม

Mobile Application

กรมประมงยังได้พัฒนาแอปพลิเคชันหรือระบบสารสนเทศเพื่อให้รองรับกับอุปกรณ์พกพา อาทิ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สำหรับให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการประมงแก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ ประชาชน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กรมประมงและเพิ่มช่องทางการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์แก่ประชาชนทั่วไป ปัจจุบัน Mobile Application ที่กรมประมงมีอยู่ ได้แก่ แอปพลิเคชันคำนวณการให้อาหารกุ้งขาว “Feed Application” เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้เกษตรกรสามารถแก้ไขปัญหาในการเลี้ยงกุ้งและมีผลผลิตเพิ่มขึ้น เพื่อพัฒนาการเลี้ยงกุ้งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น “Anti IUU Fishing” เป็น Mobile Application เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานและแก้ไขปัญหาการทำประมงผิดกฎหมาย ขาดการรายงาน และไร้การควบคุม (Illegal, Unreported and Unregulated Fishing: IUU Fishing) และแอปพลิเคชันทะเบียนเกษตรกร (Smartfarmer DOF) ซึ่ง ศกส. อยู่ระหว่างการพัฒนา Mobile Apps เพื่อรองรับการให้บริการประชาชนเพิ่มเติม



“หน้าที่ของรัฐบาลคือการให้บริการประชาชน กรมประมงพยายามทำแอปพลิเคชัน เพื่อบริการประชาชน จัดทำ Big Data เพื่อให้มาเป็น Big Servicing ดังนั้นหน้าที่ของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต้องสร้างระบบเครือข่ายให้เชื่อมกัน ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาแต่ละหน่วยงานต่างทำ Big Data ของตนเอง การที่จะเชื่อมโยงระบบเข้าด้วยกันนั้น ต้องใช้เวลา ใช้เงินมาก และติดเรื่องข้อกฎหมาย กฎศกส. ต่างๆ ปัจจุบันศกส.มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภาครัฐต้องทำงานแบบเรียลไทม์ ข้อมูลต้องโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ กรมประมงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาระบบการให้บริการเชิงดิจิทัล ให้รองรับกับความต้องการของประชาชน และสอดคล้องกับนโยบายดิจิทัลของชาติด้วย ในขณะเดียวกันต้องพัฒนาความรู้ให้แก่บุคลากรของหน่วยงาน เพื่อสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างเต็มรูปแบบ พร้อมทั้งยังต้องปรับปรุงข้อเสนอแนะของประชาชนที่มาใช้บริการด้วย” คุณศุภวิทย์ กล่าว



“เซ็นทรัล วิลเลจ”

ลัทธิเจ้าท์เลิศ สวรรค์แห่งการ ช้อปปิ้ง

เปิดตัวกันไปแล้วเป็นที่เรียบร้อยแล้วสำหรับโครงการสุดหรู “Central Village Bangkok luxury Outlet” ในรูปแบบของ Luxury Outlet Store บนเนื้อที่ทำเลทอง 100 ไร่ ติดสนามบินสุวรรณภูมิ และยังเป็น Outlet Shopping Mall ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย พัฒนาขึ้นโดย บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอ็น Central Village แต่ต่างจาก Outlet อื่นๆ ทั่วโลก ด้วย Beyond experience ที่รวบรวมร้านค้าพร้อมสินค้าแบรนด์เนมด้วยส่วนลดราคาพิเศษ 35 -70 % ทุกวัน ถือเป็น first time Outlet Shop ในประเทศไทย ครบครันด้วยแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์

บุтикส์โตรแบรนด์ระดับโลก

เซ็นทรัล วิลเลจ โครงการลัทธิ เจ้าท์เลิศ มีขนาดพื้นที่โครงการ 40,000 ตารางเมตร มีมูลค่าลงทุนกว่า 5,000 ล้านบาท ใช้ระยะเวลาก่อสร้างร่วม 5 ปี ตั้งอยู่ติดสนามบินสุวรรณภูมิ เชื่อม airport runway ที่เดินทางอย่างรวดเร็ว คุณสามารถเดินทางมาแวะช้อปปิ้งก่อนบิน หรือแวะหลังกลับจากสนามบินได้ สะดวกสบายด้วยขนส่งมวลชนอย่างรถไฟฟ้า รถยนต์ส่วนตัว และบริการรถรับส่งจากเซ็นทรัลวิลด์ สถานีรถไฟฟ้าอุดมสุข และสนามบินสุวรรณภูมิ โดยมีบุтикส์โตรจากแบรนด์ระดับโลกรวมกว่า 235 ร้านค้า อาทิ Polo Ralph Lauren, Kenzo, Vivienne Westwood, CK Jeans, Adidas , Guess, Converse, Superdry, Rip Curl, Roxy, Quiksilver, Samsonite ฯลฯ รวมถึงแบรนด์อุปกรณ์ไอที เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้ในครัว ของเล่น อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ร่วมด้วยร้านอาหาร ฟู้ด วิลเลจ ท็อปส์ มาร์เก็ต ร้านไทยพาววิลเลจ ร้านค้าสินค้าโครงการ

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือกับ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เพื่อมอบปรากฏการณ์ใหม่ให้กรุงเทพฯ เป็นหนึ่งใน World-Class Shopping Destination ของโลกอย่างแท้จริง

World Class Shopping Destination

เซ็นทรัล วิลเลจ มีคอนเซ็ปต์ดีไซน์และการออกแบบได้ใช้สีสนที่นำมาใช้โครงการเป็นโทนสีคอมเบอร์หรือทองแดง เพื่อสื่อถึงความหรูหราและความงามตามธรรมชาติ (Luxury, Natural, Prestige) พลมผสานกับสีเทาเงิน เพื่อสื่อถึงความทันสมัย (Modernization, Sophistication, Innovative) ของคนยุคใหม่ ตัวอาคารเป็นสถาปัตยกรรมในสไตล์ไทยโมเดิร์น ที่แบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 โซน ให้ได้ มีการเล่นเส้นสายด้วยหลังคาทรงจั่วของไทย ลดทอนลดทอนให้ความทันสมัยมากยิ่งขึ้น แบ่งโซนด้วยการตีความเป็นหมู่บ้านต่างๆ พลาซ่าพื้นที่สีเขียวในรูปแบบ Outdoor มีความโดดเด่นในทางที่แตกต่างกันไปตามศิลปกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้แก่ หมู่บ้านช่างไม้ หมู่บ้านช่างโลหะ หมู่บ้านช่างจักสาน และหมู่บ้านช่างปั้น เพื่อมอบปรากฏการณ์ใหม่ให้กรุงเทพฯ เป็นหนึ่งใน World Class Shopping Destination ของโลก

ตอบโจทย์เทรนด์สร้างเมืองสนามบิน

เซ็นทรัล วิลเลจ จะทำให้ประเทศมีความทัดเทียมประเทศท่องเที่ยวชั้นนำทั่วโลก เพราะในประเทศชั้นนำของโลกต่างๆ อาทิ ประเทศอังกฤษ ญี่ปุ่น และ ออสเตรเลีย ล้วนแล้วแต่มีอาทิเลิศที่เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยเองก็จะมี เซ็นทรัล วิลเลจ เป็นหนึ่งในความภูมิใจของประเทศไทยเช่นกัน ตามคอนเซ็ปต์โครงการ A Must Visit Shopping



Destination to Complete Your Trip จุดเช็คอินที่นักท่องเที่ยวต้องแวะรอบทุกครั้งที่ก่อนเข้าเมืองหรือเดินทางกลับเข้าสนามบิน โครงการสร้างเมืองสนามบิน (Aerotropolis) เป็นแผนผังของการพัฒนาเมืองใหม่เขตสนามบินทั่วโลก ให้เกิดขึ้นจริงที่แรกในประเทศไทย ให้ประเทศไทยเป็นสวรรค์แห่งการช้อปปิ้งแห่งใหม่ของภูมิภาค นับเป็นหนึ่งใน Key Strategic Move ที่ตอกย้ำความเป็นหนึ่งใน Global Player ระดับโลกของเซ็นทรัลพัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศ

สัมผัสประสบการณ์ใหม่แห่งการช้อปปิ้ง

เซ็นทรัล วิลเลจ ได้เชื่อมโยงนวัตกรรมระบบ IT ทั้งหมดในเซ็นทรัล วิลเลจ เพื่อบริหารจัดการเซ็นทรัล วิลเลจให้มีประสิทธิภาพและยกระดับคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมกิจกรรมเชิงพาณิชย์ให้แก่ผู้ประกอบการ ภายในเซ็นทรัล วิลเลจ เป็นการยกระดับการบริการเพื่อขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจ อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการภายในอาคารแห่งนี้ด้วย เช่น บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ, บริการรถรับ-ส่งฟรี, บริการเช็คอินสถานะตารางเที่ยวบิน, บริการที่ชาร์จมือถือ MOBILE CHARGING, บริการให้ยืมแบตเตอรี่สำรองสำหรับสมาร์ทโฟน และสุดท้ายพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวแบบแวก่อนไปโรงแรม หรือก่อนขึ้นเครื่อง มีห้องรับรองพิเศษ หรือ VIP Lounge สุดหรูหาหาแสนสบายทั้งบริการทำอินวอดของว่างและเครื่องดื่ม เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก และบริการรับฝากและจัดส่งสัมภาระด้วย กระเป๋าใบใหญ่ของคุณจะได้ไม่ต้องเป็นการต่อภาระช้อปปิ้ง ช้อปให้ตัวปสวอย่าสัมภาระเป่าปากกลับก็พอ แถมบริการฟรีอินเทอร์เน็ตไร้สาย FREE WI-FI ครอบคลุมทั้งศูนย์การค้า ทั่วโลกโซเชียลได้พร้อมช้อปปิ้งไปแบบฟรีๆ



“เซ็นทรัล วิลเลจ ลักซูรี่ เอาท์เล็ต” นับเป็นอีกหนึ่งเมกะโปรเจกต์ของเครือเซ็นทรัล บนสุดยอดทำเลศักยภาพแห่งใหม่ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวและผู้คนที่แวะเวียนมาสนามบินได้ช้อปปิ้งและใช้บริการ เป็นแหล่งช้อปปิ้งระดับเวิร์ลคลาส สัมผัสประสบการณ์ความหรูหราในสไตล์ Bangkok Luxury Outlet ที่คุ้มค่า สำหรับคนทุกคน อย่างแท้จริง นับเป็นอีกหนึ่งในความภูมิใจของผลิตภัณฑ์ LINK มาตรฐานอเมริกาที่ได้เป็นส่วนร่วมในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาประเทศตามอุดมการณ์ของเรา



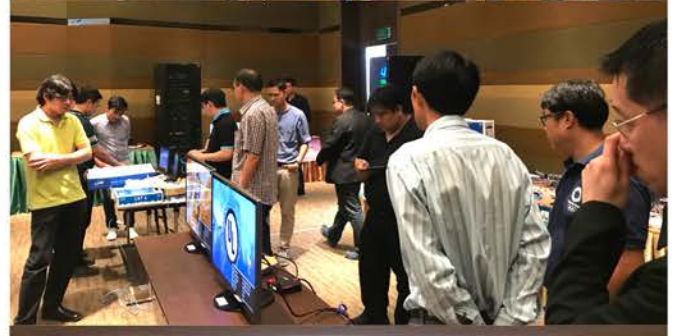
ILINK ติดอันดับหุ้นยั่งยืน THSI 2562

ILINK ปลื้ม ติดอันดับหุ้นยั่งยืน THSI 2562

บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมูนิตี้ แอนิเมชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ILINK ได้รับเลือกหุ้นยั่งยืน หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) ประจำปี 2562 ประเภทอุตสาหกรรมเทคโนโลยี จากการที่ ILINK ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่รายชื่อหุ้น THSI นับเป็นความสำเร็จก้าวที่สำคัญของ ILINK ตลอดระยะเวลา 31 ปีที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่จะ “เติบโตต่อเนื่อง และยั่งยืน” ภายใต้หลักบรรษัทภิบาล มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียควบคู่ไปกับการดูแลผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม มุ่งเน้นพัฒนานวัตกรรมอยู่เสมอ รวมทั้งมีความตั้งใจในการตอบแทนคุณค่าและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านมูลนิธิอินเทอร์เน็ตเพื่อสังคมฯ ส่งผลทำให้ กลุ่มบริษัทอินเทอร์เน็ตฯ สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน นับเป็นอีกทางเลือกให้กับนักลงทุนที่ต้องการลงทุนในธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับ ESG ทั้งนี้บริษัทจดทะเบียน (“บจ.”) ที่ได้เข้าสู่รายชื่อหุ้นยั่งยืนทั้งสิ้น 98 บริษัท ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทชั้นนำที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยคัดเลือกจากบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วมตอบแบบประเมินความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 19 หมวด ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ (รวมบรรษัทภิบาล) สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่ง บจ. ที่จะได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนจะต้องมีคะแนนผ่านร้อยละ 50 ในทุกมิติ และผ่านเกณฑ์คุณสมบัติในตลาดหลักทรัพย์ฯ กำหนด

Smart Solution For Professional Network

บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมูนิตี้ แอนิเมชั่น จำกัด (มหาชน) จัดสัมมนา อภิวัตน์เทคโนโลยีสายสัมพันธ์ใหม่ล่าสุดให้แก่กลุ่มอาจารย์มหาวิทยาลัย ภายใต้งาน Smart Solution For Professional Network โดยงานนี้ได้รับเกียรติจากคุณสมมติ อนันตธีรพร ประธานกรรมการ และกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นประธานกล่าวเปิดงาน ณ ห้อง Sapphire โรงแรมโกลเด้นทิวลิป กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 27-28 กันยายน 2562 ที่ผ่านมา



ครบรอบ 59 ปีการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

คุณสมมติ อนันตธีรพร ประธานกรรมการ และกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มบริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมูนิตี้ แอนิเมชั่น จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วย คุณประสิทธิ์ชัย วีระยุทธวิไล รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ (สายงานธุรกิจวิศวกรรม และโครงการพิเศษ) ร่วมบริจาคเงินเพื่อสมทบทุนศิริราชมูลนิธิ เนื่องในโอกาสวันสถาปนาครบรอบ 59 ปี การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยมีคุณสมพงษ์ บริบูรณ์ ผู้อำนวยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เป็นพิธีมอบ เมื่อวันที่ 27 กันยายน ที่ผ่านมา



Cabling Contest 2019” รอบคัดเลือกกรุงเทพฯ และภาคกลาง

บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน) จัดโครงการแข่งขัน “สุดยอดฝีมือสายสัญญาณ ปี 7 (Cabling Contest 2019)” รอบคัดเลือกกรุงเทพฯ และภาคกลาง การแข่งขันเพื่อค้นหาและพัฒนากั๊กะฝีมือด้านสายสัญญาณ ระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา เพื่อเข้าไปแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ ซึ่งถ้วยรางวัลพระราชทานพร้อมเงินรางวัลมูลค่ากว่า 400,000 บาท และมีโอกาสเป็นตัวแทนของประเทศไทยในเวทีกั๊กะฝีมือแรงงานระดับโลก World Skills ASEAN โดยงานนี้ได้รับเกียรติจาก ดร.ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาธิกุล ชัยรุ่งเรือง ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงแรงงาน ประธานในพิธี พร้อมด้วย คุณณเวินธุ์ ม่อชัยทิพฐ์ ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, คุณกนิพักร หน่อแก้วคุณ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา, คุณสมบัตินันตริมิตร ประธานกรรมการ และกรรมการผู้จัดการใหญ่ และตัวแทนจากกระทรวงศึกษาธิการ กล่าวให้โอวาทและเปิดการแข่งขันร่วมกัน โดยภายในงานมีคณะอาจารย์และนักศึกษาให้ความสนใจเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2562 ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ก รีเทล กรุงเทพฯ



LINK WOW!!!

LINK จัดกิจกรรมดูภาพยนตร์รอบพิเศษ “โจ๊กเกอร์ (Joker)” เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าคนพิเศษ ที่ให้การสนับสนุนบริษัทฯ มาโดยตลอด โดยมีคุณวรา เกษรินทร์ รักษาการผู้จัดการสาขาภาคใต้ ให้การต้อนรับอย่างเป็นทางการ ซึ่งกิจกรรมครั้งนี้ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมแบบสุดว้าว!! ให้ได้ร่วมสนุกกับอีกด้วย เรียกว่าได้รับความสนุกสนานกับแบบถ้วนหน้า โดยจัดขึ้นเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2562 ณ โรงภาพยนตร์ เอส เอ็ม เอ็ม ซีเนม่า เซ็นทรัลพลาซ่าภูเก็ต



แฮร์ทวงลัด ชัดทางรอย ด้วย “สายสัญญาณ LINK”

เพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้าและกระชับความสัมพันธ์อันดี บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ได้จัดงาน แฮร์ทวงลัด ชัดทางรอย ด้วย “สายสัญญาณ LINK” ภายในงานช่วงเข้ามีการอัปเดตความรู้เรื่องเทคโนโลยีสายสัญญาณใหม่ล่าสุดให้แก่ลูกค้าหน้าร้าน และพิเศษด้วยดินเนอร์ยามค่ำคืนในบรรยากาศสนุกสนาน รับวันใหม่ด้วยกิจกรรมตีบาธราทางเรือ พร้อมล่องเรือไหว้พระชมทัศนียภาพริมแม่น้ำแม่กลอง และตกท้ายด้วยกิจกรรมเรือมั้งแบบเต็มอัมที่ตลาดน้ำอัมพวา เรียกว่าได้พิเศษสุดสำหรับลูกค้าอินเทอร์เน็ตฯ โดยงานนี้ได้รับเกียรติจาก คุณสมบัตินันตริมิตร ประธานกรรมการ และกรรมการผู้จัดการใหญ่ เมื่อวันที่ 5-6 ตุลาคม 2562 ณ โรงแรมชูชัยบุรี ศรีอัมพวา จ.สมุทรสงคราม





บริการจาก อินเทอร์เน็ต เทเลคอม ใช้งานบนความเสถียร ปลอดภัยตลอดเวลา

บริษัท อินเทอร์เน็ต เทเลคอม จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็น ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคมโดยได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ โทรคมนาคมแบบที่ 3 ประเภทมีโครงข่ายเป็นของตนเอง จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ซึ่งอนุญาตให้บริษัทฯ ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมประเภท โครงข่ายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic Network) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยัง ให้บริการติดตั้งโครงข่ายโทรคมนาคม และให้บริการพื้นที่ดาต้า เซ็นเตอร์ (Data Center) โดยบริษัทฯ ให้บริการโครงข่ายวงจรสื่อสารข้อมูล ความเร็วสูง (Data Service) โดยใช้โครงข่าย Interlink Fiber Optic ซึ่ง ก่อสร้างโดยนำเทคโนโลยี Internet Protocol (IP) ที่ทันสมัยและเป็นพื้นฐาน สำหรับการรับ-ส่งข้อมูล โดยอาศัยเทคโนโลยีที่สำคัญ ได้แก่ Dense Wavelength Division Multiplexing (DWDM) และ Multi-Protocol Label Switching (MPLS) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่จะเพิ่มขีดความสามารถของระบบ โครงข่ายและสามารถให้บริการรับ-ส่งข้อมูลได้ครบทุกรูปแบบ ซึ่งเทคโนโลยี ที่โครงข่าย Interlink Fiber Optic เลือกใช้ทำให้สามารถให้บริการกับลูกค้า ได้ถึงระดับ 3 (Layer 3 : Network Layer) โดยมีคุณสมบัติซึ่งเพิ่มขึ้นจากระดับ 2 (Layer 2 : Data Link Layer) ที่มีความสามารถเพียงควบคุมการ รับส่งข้อมูล ดังนี้

- 1) ความสามารถด้านการบริหารจัดการรับ-ส่งข้อมูลระหว่าง เน็ตเวิร์ค (Managed Network)
- 2) ความสามารถในการจัดการเส้นทางการรับ-ส่งข้อมูล (Routing)
- 3) ความสามารถในการจัดลำดับความสำคัญในการรับส่งข้อมูล ตามประเภทการใช้งาน (Class of Service)
- 4) ความสามารถในการรับรองคุณภาพในการให้บริการ (Quality of Service)

โดยการจัดลำดับความสำคัญในการให้บริการแต่ละประเภท ซึ่งมี พลอยอย่างมากในการบริหารจัดการการส่งข้อมูลให้มีประสิทธิภาพสูงที่สุด ทั้งยังป้องกันไม่ให้เกิดเป็นคอขวดภายในโครงข่ายและสามารถรองรับการ ส่งสัญญาณที่เพิ่มขึ้นถึงระดับ 100 Gbps และ 400 Gbps ในอนาคต

Layer	ลักษณะการทำงาน
Layer 3 : Network Layer	กำหนดเส้นทางการรับ-ส่งข้อมูล ผ่านเครือข่าย
Layer 2 : Data Link Layer	ควบคุมการรับส่งข้อมูลในระดับฮาร์ดแวร์ และตรวจสอบความถูกต้องในการรับ-ส่ง ข้อมูล
Layer 1 : Physical Layer	การกำหนดวิธีควบคุมการรับและการส่ง ข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ในระดับ บิตโดยการเชื่อมต่อเข้ากับสายรับส่ง ข้อมูล

ทั้งนี้ การให้บริการโครงข่ายวงจรสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงของ บริษัทฯ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ บริการ Interlink MPLS IP-VPN , บริการ Interlink Wavelength , บริการ Interlink Dark Fiber , บริการ Interlink IPLC , บริการ Broadcast Services

บริการจาก อินเทอร์เน็ต เทเลคอม พร้อมมอบความประทับใจให้ แก่องค์กรของคุณได้ถึงขีดสุดให้ทุกการทำงาน ทำให้การสื่อสารธุรกิจของ องค์กรคุณเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีคำว่าสะดุดให้ต้องกังวลใจ รองรับการใช้ งานได้จากหลายอุปกรณ์ภายในเวลาเดียวกัน มาพร้อมระบบความ ปลอดภัยทำงานตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าคุณจะเป็นองค์กรเล็กหรือองค์กร ใหญ่ เราจะทำให้คุณมั่นใจได้ว่าบริการของ อินเทอร์เน็ต เทเลคอม จะช่วย ขับเคลื่อนการสื่อสารธุรกิจองค์กรของคุณด้วยเครือข่ายที่ครอบคลุม เร็ว และมีเสถียรภาพมากที่สุด



ITEL ร่วมแสดงความยินดีในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนา สำนักงาน กสทช

คุณเมษ สามัคคี รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนโครงสร้าง พร้อมด้วยคุณพลพัฒน์ วิรัชพันธ์ ที่ปรึกษาโครงการ USONET ตัวแทนในนามบริษัท อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ITEL ร่วมแสดงความยินดี เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนาสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ครบรอบ 8 ปี โดยมี พลเอก สุกิจ ชมระสุนทร ประธานกรรมการ กสทช. เป็นผู้รับมอบ ณ สำนักงาน กสทช. เขตพญาไท กรุงเทพฯ



ITEL | GIVE ปีรักเพื่อน้อง

บริษัท อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ITEL นำโดยคุณณัฐนัย อนันตรัมพร กรรมการผู้จัดการ และพนักงาน ร่วมกันส่งมอบความสุขในกิจกรรม “ITEL | GIVE ปีรักเพื่อน้อง” มอบเงินบริจาค และสิ่งของที่เป็นประโยชน์สำหรับเด็ก จากการร่วมบริจาคของผู้บริหารและพนักงานภายในบริษัทฯ มอบให้กับหัวหน้าฝ่ายสังคมสถานสงเคราะห์เด็กอ่อนปากเกร็ด เพื่อร่วมแบ่งปันคุณภาพชีวิตที่ดี พร้อมสร้างรอยยิ้มและความสุขให้กับเด็กๆ ณ สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี



ITEL Campus Knowledge Delivery to School ปีที่ 2 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บริษัท อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ITEL ได้เ็นสายจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ ภายใต้โครงการ “ITEL Campus Knowledge Delivery to School ปีที่ 2” เปิดประสบการณ์ด้านความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับโครงข่ายสายเคเบิลใยแก้วนำแสงเทคโนโลยีที่อยู่เบื้องหลังการทำงานของอินเทอร์เน็ต ภาควิชาวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อนำสาระความรู้และเทคโนโลยีต่างๆ รวมถึงการออกแบบวิเคราะห์ปัญหา วางแผน โครงข่ายสายเคเบิลใยแก้วนำแสง ให้นักศึกษาได้เรียนรู้แบบใกล้ชิด ถือเป็นเปิดประสบการณ์แบบการเรียนรู้ในห้องเรียนได้เป็นอย่างดี ภายในงานได้รับเกียรติจากคุณเมษ สามัคคี รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนโครงสร้างมาเป็นวิทยากรมอบความรู้อย่างเป็นกันเอง โดยงานนี้น้องๆนักศึกษาได้รับความรู้และคำแนะนำมากมายเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพในอนาคต



พันธมิตรหรือศัตรู ประโยชน์ทางการตลาด

การตลาดยุคใหม่ เป็นการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งแนวคิดและวิธีการทำการตลาด ซึ่งบางครั้งต้องมีการร่วมมือกันระหว่างสองธุรกิจหรือมากกว่านั้น ในการเสริมแรงซึ่งกันและกัน การตลาดที่มุ่งแต่เน้นการทำประโยชน์ให้กับตนฝ่ายเดียวดูจะเก่าและล้าสมัยไปแล้ว ในยุคปัจจุบัน การตลาดยุคใหม่เน้นการผูกความสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดพันธมิตรทางการตลาด อันจะนำมาสู่สายสัมพันธ์ทางการตลาดที่ยั่งยืนต่อไป

พันธมิตรธุรกิจก็คือ ธุรกิจหรือองค์กรที่ไม่ใช่ธุรกิจใดๆ ที่ยินดีจะร่วมมือร่วมใจกันในการสร้างเสริมธุรกิจด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่เสริมกัน ทั้ง 2 ฝ่าย ได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การมีพันธมิตรทางธุรกิจ การเสาะแสวงหาและการสร้างพันธมิตรธุรกิจ จะทำให้ธุรกิจสามารถปรับกลยุทธ์สู่เป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วขึ้น เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ต่างๆ เหล่านี้ อาจจะเป็นการเพิ่มของยอดขายอย่างรวดเร็ว การลดต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง การแทรกเข้าไปในตลาดที่ต้องการได้ง่ายขึ้น การได้เทคโนโลยีหรือความรู้ความสามารถที่ขาดอยู่มาเสริม การนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด ฯลฯ



ของต้นทุนการตลาดหรือต้นทุนการประชาสัมพันธ์ที่ต้องใช้ไปเพื่อดึงดูดลูกค้าไม่ให้เปลี่ยนใจไปใช้สินค้าของคู่แข่ง

ตัวกลางระหว่างเรากับลูกค้าโดยตรงที่อาจจะร่วมงานกันในรูปแบบของพันธมิตรธุรกิจ ได้แก่ ผู้ที่เป็นเอเยนต์ ตัวแทนหรือเป็นผู้จัดจำหน่ายของเรานั้นเอง การที่สามารถร่วมมือร่วมใจกับเอเยนต์หรือผู้แทนจำหน่าย จะทำให้สินค้าของเราสามารถกระจายไปสู่มือของผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางในระยะเวลาที่รวดเร็วมากกว่าความพยายามของเราที่จะกระจายสินค้าด้วยตัวเองหลายสิบเท่าตัว

การเป็นคู่ค้าในรูปแบบของพันธมิตรธุรกิจของค่ายรถยนต์หรือมอเตอร์ไซค์กับเอเยนต์ เป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ในบ้านเรา การร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับคู่แข่งก็เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้บ่อยๆ ในสภาพแวดล้อมของการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรง เดกเช่นในปัจจุบันนี้ การรวมกันของคู่แข่ง อาจทำให้เกิดการขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงในลักษณะของหนึ่งบวกหนึ่งเท่ากับ สาม หรืออาจเป็น สี่ ห้า หกหรือเจ็ด ก็ได้

การเป็นพันธมิตรกับองค์กรไม่แสวงหากำไร เช่น สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานวิจัยต่างๆ อาจทำให้เราสามารถเข้าถึงผลงานวิจัยหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าการต้องไปซื้อเทคโนโลยีมาโดยตรง หน่วยงานราชการหลายต่อหลายแห่งในปัจจุบัน เปิดกว้างให้กับธุรกิจ ในการเข้าร่วมโครงการต่างๆ ที่จะช่วยพัฒนาธุรกิจให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันหรือทำให้ธุรกิจแข็งแกร่งขึ้นได้ในด้านการบริหารและการจัดการธุรกิจ

นอกจากการได้แหล่งความรู้หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ จากการเข้าร่วมโครงการหรือเป็นพันธมิตรกับหน่วยงานไม่แสวงหากำไรเหล่านี้แล้ว ผลพลอยได้ที่อาจเกิดขึ้นตามมาอย่างคาดไม่ถึงก็คือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ หรือการได้รับการประชาสัมพันธ์สู่สังคม การช่วยเหลือสังคมเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายไม่มากหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลยก็เป็นได้

นอกจากนี้ ธุรกิจยังอาจเลือกสร้างพันธมิตรธุรกิจได้กับเพื่อนต่างอุตสาหกรรมก็ได้ อุตสาหกรรมหรือธุรกิจที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงก็ไม่ได้หมายความว่าไม่มีทางที่จะร่วมกันส่งเสริมการขายให้เกิดผลสะท้อนที่ดีมากขึ้นกว่าที่จะทำในรูปแบบต่างฝ่ายต่างทำ เราจะเห็นได้ชัดเจนจากการเป็นพันธมิตรธุรกิจกันระหว่างธุรกิจการเงินในรูปแบบของบัตรเครดิตต่างๆ ที่มีระบบสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้าต่างๆ ตั้งแต่ของดีกินเล่น อุปกรณ์เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันจนถึงการให้ที่พักในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

หากธุรกิจต่าง ๆ จะคอยสังเกตการรวมตัวกันของพันธมิตรธุรกิจต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเชิงกลยุทธ์ที่มีให้เห็นมากมายในปัจจุบัน ท่านก็อาจจะมองเห็นรูปแบบที่ท่านอาจนำมาใช้กับธุรกิจของท่านได้บ้างเช่นเดียวกัน แทนที่จะต้องเคร่งเครียดตราตรึงกับแต่การเจริญเติบโตของธุรกิจด้วยตนเอง น่าจะลองหันมาใช้กลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจดูบ้าง อาจได้ตัวช่วยพ่วงแรงที่ดีได้



การรวมตัวกันเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น การร่วมกันในการทำโปรโมชันหรือการสนับสนุนในการเปิดตัวสินค้าใหม่หรือโครงการทางการตลาด อาจทำให้เกิดช่องทางใหม่ที่จะนำสินค้าของเราเข้าไปสู่ตลาดที่ยังไม่สามารถเข้าไปถึงได้

ธุรกิจอาจแสวงหาพันธมิตรธุรกิจที่จะมาร่วมสร้างเสริมธุรกิจได้จากแหล่งต่างๆ เริ่มตั้งแต่การร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจซีพีฟลายเออร์หรือผู้ขายสินค้าหรือวัตถุดิบให้กับเรา การที่สามารถคุยกับซีพีฟลายเออร์เพื่อให้มาทำธุรกิจใกล้กันจะร่วมกัน จะทำให้เราสามารถลดต้นทุนสินค้าหรือวัตถุดิบนั้นๆ ได้ทันที เพราะต่างฝ่ายจะได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการสร้างกำไรได้เพิ่มขึ้นด้วยกัน หรืออาจเป็นการร่วมมือกันที่จะพัฒนาหรือปรับปรุงกระบวนการผลิตของเราให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือการลดของเสียให้น้อยลง ซึ่งก็ล้วนแต่นำมาซึ่งต้นทุนการผลิตที่ลดลงและสัดส่วนกำไรที่จะเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ในทางกลับกัน เรายังสามารถสร้างพันธมิตรธุรกิจขึ้นโดยการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจกับลูกค้าของเรา การร่วมธุรกิจกับลูกค้าในรูปแบบของพันธมิตรระยะยาวจะทำให้เราสามารถมีแหล่งรองรับสินค้าของเราได้อย่างสม่ำเสมอ ในระยะเวลายาวนานตามสัญญาที่ตกลงร่วมกับลูกค้าไว้ สิ่งที่จะเกิดตามมาจากเราได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับลูกค้าของเราคือ การลดลง



แม้การรับมือกับบรรดาคอมเมนต์ต่างๆ จากแฟนเพจและพวกรีวิว จะเป็นอะไรที่สนุกสนานปนความปวดหัวนิดๆ ให้กับแอดมินเพจแบรนด์ ยกตัวอย่างกันแบบง่ายๆ เลย กับการเขียนตัวเลขราคาสี่แฉกใหญ่ๆ บนภาพ พร้อมใส่เอฟเฟกต์ดึงดูดสายตาทันแบบสุดๆ ก็ไม่วายยังแอดมีคอมเมนต์น่ารักๆ “ที่มากครับ” มาให้เราอมยิ้มเล็กๆ

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นจากผลการวิจัยของ นิตยศาสตร์การตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ชี้ให้เห็นถึงคอมเมนต์ต่างๆ ของพวกรีวิวบนเพจแบรนด์หรือแฟนเพจนั้น มีน้ำหนักมากพอที่จะส่งผลกระทบต่อแบรนด์และสะท้อนถึงการมีปฏิสัมพันธ์ โดยพบรูปแบบการคอมเมนต์ถึง 21 รูปแบบ แบ่งเป็นการคอมเมนต์รูปแบบเดียว 8 รูปแบบ (Text, Sticker, GIF, Emoji, Picture, Video, Link, Tag Friends) และรูปแบบผสมอีก 13 รูปแบบ ซึ่งแม้จะเป็นเพียงคอมเมนต์ด้วยคำสั้นๆ ง่ายๆ คอมเมนต์ด้วยสติ๊กเกอร์ หรือคอมเมนต์ด้วยข้อความและใส่สัญลักษณ์แสดงอารมณ์เพียงเล็กน้อย แต่เมื่อจะสกรีนไปพบว่า คอมเมนต์เหล่านี้มีความซับซ้อนเกินกว่าจะสามารถตัดสินใจได้ในทันที โดยพวกรีวิวได้เฝ้าระวังผลกระทบของการคอมเมนต์ไว้ภายใต้การคอมเมนต์แต่ละรูปแบบ

“ ในบรรดาการสื่อสารทุกชนิดของเรา ไม่มีการสื่อสารใดที่สำคัญต่อชีวิตเรา เท่ากับวิธีที่เราพูดกับตัวเอง ”

Sheila Murray Bethel

เพราะการคอมเมนต์ ไม่ได้หมายถึงการสื่อสารกับแบรนด์ เพียงอย่างเดียว

จากการวิจัยดังกล่าว พบว่าคอมเมนต์ของพวกรีวิวสะท้อนให้เห็นถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับ 3 สิ่ง คือ การมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ (Engagement with Brands) เป็นการคอมเมนต์ที่แสดงความหลงใหลเพื่อพูดคุยสื่อสารกับแบรนด์ โดยสามารถแบ่งกลุ่มตามใจความของคอมเมนต์ได้ 3 ด้าน คือ การมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ด้านบวก ด้านลบ และคอมเมนต์ที่แสดงถึงการมีปฏิสัมพันธ์ด้านอื่นๆ การมีปฏิสัมพันธ์กับโพสต์ (Engagement with Posts) เป็นการคอมเมนต์ที่แสดงความหลงใหลเพื่อพูดถึงองค์ประกอบต่างๆ ของโพสต์เท่านั้น การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคล (Engagement with People) เป็นการคอมเมนต์ที่แสดงความหลงใหลเพื่อพูดคุยกับเพื่อน คนรู้จัก หรือต้องการสื่อสารไปยังพวกรีวิวรายอื่นๆ

“เมนต์” มา “เมนต์” กลับ ไม่โกง

เพราะเพจแบรนด์เปรียบเสมือนพื้นที่ ที่ทำให้เราได้สื่อสารกัน ดังนั้นคอมเมนต์ที่ปรากฏจึงไม่ได้มีเพียงคอมเมนต์ของพวกรีวิวเท่านั้น ผู้ดูแลเพจ (Admin) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของแบรนด์ ก็มีการตอบกลับคอมเมนต์ของพวกรีวิวเช่นกัน โดยพบว่าแบรนด์มีการตอบกลับพวกรีวิวทั้งหมด 9 ลักษณะ ประกอบด้วย การตอบกลับเพื่อกระตุ้นให้พวกรีวิวร่วมกิจกรรม, ใช้สินค้าของแบรนด์, แจ้งข้อมูลข่าวสาร, ประชาสัมพันธ์, เอาใจพวกรีวิว, หยอกล้อ, ตอบข้อซักถามเกี่ยวกับสินค้า, แสดงการรับรู้เสมือนเป็นการรายงานตัว (อ่านแล้วนะ), ขอบคุณ, แจ้งขอติกาการร่วมสนุกกับเพจ และตอบกลับแบบส่วนตัว (Inbox)



ขณะเดียวกันผู้บริโภครู้สึกหรือเฟลพอ ต่างมีความคาดหวังให้แบรนด์โต้ตอบกับคอมเมนต์ของตน โดยหากตอบกลับอย่างถูกกาลเทศะ รวดเร็ว จะทำให้ผู้บริโภคมองว่าแบรนด์ใส่ใจคอมเมนต์ของตน และส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกดี และภักดีต่อแบรนด์ได้ในที่สุด ในทางตรงกันข้าม หากแบรนด์เพิกเฉยหรือไม่ตอบคอมเมนต์ ผู้บริโภคก็ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า พร้อมจะเลิกใช้หรือเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นทันที

ทั้งหมดอาจจะพอสรุปได้ว่า การที่ผู้บริโภครู้สึกคอมเมนต์บนเพจแบรนด์นั้น อาจไม่ได้หมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์เพียงอย่างเดียว บางกลุ่มอาจคอมเมนต์ต่างๆ ที่ไม่ทราบและจดจำไม่ได้ว่าเพจนั้นเป็นเพจอะไร เพียงแต่ต้องการหยอกล้อกับเพื่อน ดังนั้นแบรนด์ควรพิจารณาวิธีการวัดประเมินผลการมีปฏิสัมพันธ์ของแบรนด์ผ่านเพชบุรีให้เหมาะสมกับบริบทที่ต้องการ แทนที่จะยึดจำนวนคอมเมนต์เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จเพียงอย่างเดียว โดยให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์เนื้อหาของคอมเมนต์เพิ่มขึ้น เพื่อที่จะได้ทราบว่าผู้บริโภครู้สึกเห็นต่อแบรนด์อย่างไร มีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์จริงหรือไม่ เพื่อทำให้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการทำการตลาดออนไลน์ต่อไป

การมีปฏิสัมพันธ์ผ่านคอมเมนต์บนเพจของผู้บริโภค

การมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์

ด้านบวก

- เยินยอแบรนด์
- สนับสนุนแบรนด์
- หยอกล้อแบรนด์

ด้านลบ

- เหน็บแนมแบรนด์
- มั่นแบรนด์
- ต่ำ, โจมตีแบรนด์

ด้านอื่นๆ

- แบ่งปันมุมมองและประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การมีปฏิสัมพันธ์กับโพสต์

- แสดงอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อแบรนด์
- สนับสนุนโพสต์
- ปิกหมุดบนโพสต์
- พุดรื้อยเปื่อย
- วิจารณ์โพสต์
- สื่อสารกับผู้ดำเนินรายการกรณีสที่มีการถ่ายทอดสด (Live)
- หยอกล้อโพสต์
- มีส่วนร่วมกับโพสต์
- พุดนอกเรื่อง
- ไม่สามารถแปลได้

การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคล

- สื่อสารกับผู้บริโภคคนอื่นๆ
- เรียกวทกพ้อง
- โบนัสขยของ
- บอกเล่าประสบการณ์
- กวนประสาท, เหน็บแนมผู้อื่น
- ปกป้องแบรนด์, ตอบคำทบทนแบรนด์
- จับกัน, เล่นมุก, อด
- แสดงมุมมอง
- เรียกร้องความสนใจ

สิ่งที่แบรนด์ควรทำ กรณีปกติ

- อ่านคอมเมนต์ของผู้บริโภคให้ดี และตอบกลับให้ได้มากที่สุด
- ตอบกลับให้ถูกกาลเทศะ สอดคล้องกับบุคลิกภาพของแบรนด์
- หากตอบกลับแบบติดตลก ผู้บริโภคจะยิ่งรู้สึกดีต่อแบรนด์
- นำเสนอสินค้าแบบเนียนๆ ไม่เน้นขายตรง
- แบนด์ใหญ่ๆ มีชื่อเสียง ต้องเน้นการตอบกลับที่รวดเร็ว ขณะที่แบรนด์ทั่วไปควรตอบกลับภายใน 24 ชั่วโมง
- ให้ความสำคัญกับคอมเมนต์ด้านบวกและด้านลบต่างๆ กัน ห้ามเลือกปฏิบัติ เพราะจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่พอใจ

กรณีผู้บริโภคมั่นแบรนด์

- ขอโทษ, ชี้แจงสาเหตุ พร้อมแนวทางการแก้ไข

กรณีผู้บริโภคนำเงิน สิ้นค้า

- ขอขอบคุณและน้อมรับคำติชมเหล่านั้น

กรณีผู้บริโภคร้องทบทนข้อมูล

- ตอบคำทบทนสั้นๆ แต่ครบถ้วน ตรงประเด็น
- ไม่ส่งสิ่งข้อมูลแทนคำตอบ
- ทบทนช่องทางไหน ตอบช่องทางนั้น

กรณีผู้บริโภคร้องทบทนแบรนด์

- แบนด์ไม่จำเป็นต้องตอบกลับ แต่ต้องรักษามาตรฐานเอาไว้เพื่อไม่ให้ผู้บริโภครู้สึกผิดหวัง

กรณีผู้บริโภคร้องทบทน

- แบนด์ไม่ต้องเข้ามาคอมเมนต์ เพราะมีแนวโน้มจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่ามากกว่ารู้สึกดี

ที่มา : งานวิจัย "การมีปฏิสัมพันธ์ผ่านคอมเมนต์บนเพจแบรนด์สินค้า และความคาดหวังต่อการตอบกลับจากแบรนด์ของผู้บริโภค"
จัดทำโดย : นางสาวจิตติพัทธ์ วัฒนศิริ นักศึกษาระดับปริญญาโท ศึกษาศาสตร์มหาสารคาม ภาควิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



ร้านยำดุเดือด จัดกระแสด แซ่บสะท้านทรงง!!!



Monster Yum

“ยำ” ที่สุดของความแซ่บ จัดจ้าน ดุเดือด บอกละ “Monster Yum” เข้ายืนหนึ่งในย่านสะพานควาย ร้านอยู่ระหว่าง BTS อารีย์และสะพานควาย หลากหลายเมนูยำพร้อมเสิร์ฟเอาใจมากขึ้นทั้งหลาย จัดเต็มสดๆ จนต้องกรีดร้อง มีให้เลือกทั้ง “ยำรวมมอนสเตอร์” เน้นเครื่องแบบเน้นๆ คลุกเคล้ารวมกับไข่แดงเค็ม ก็อปด้วยโหลบรสชาติแซ่บจัดจ้าน “ยำปูม้า” เนื้อปูม้าหวานฉ่ำ น้ำยำอร่อย “ยำกุ้งสด” กุ้งตัวใหญ่กำลังดี เนื้อดีเข้ากับน้ำยำสุด ๆ “ตำปูมอนสเตอร์” ที่ทางร้านคิดแต่ปูม้าสดๆ เนื้อแน่นๆ ตำรวมกับพิสตรปรงตามสูตรเด็ดของร้าน ยังเลือกเลเวลความเผ็ดได้ด้วยเพราะที่ร้านแบ่งระดับความเผ็ดถึง 3 ระดับ เรียกว่าแซ่บไม่เป็นสองรองใคร

Location: ถนนสุทธิสารวิจิตรชัย แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ

โคตรยำ ห้วยขวาง

ร้านยำสุดแซ่บย่านห้วยขวาง ร้านนี้ขึ้นชื่อเรื่องการเสิร์ฟ ถ้าอยากลิ้มลองความอร่อยต้องอดใจรอสักนิด เพราะร้านนี้มาแรงโขงโขง เรียกว่าจัดจ้านที่สุดในย่านห้วยขวาง แถวๆ เป็นทางกว้างกับเลยก็ได้อีก โคตรยำโดดเด่นด้วยรสชาติที่นำยำสุดแซ่บ โดยทางร้านเลือกใช้ของสดที่มีคุณภาพ จึงทำให้เมนูยำของที่ร้านออกมารสชาติดี กำลังดี เมื่อยาน้ำลอง “ยำกุ้ง 2 โคตร” ที่ใช้ทั้งกุ้งสด แลกุ้งที่ลวกพอสะดุ้ง กุ้งสุกทั้งดิบ เนื้อกุ้งหวานมาก “ยำหอยนางรม” น้ำยำยังคงความแซ่บ จัดจ้าน เพิ่มความหอมด้วยพริกเผา ส่วนเนื้อหอยนางรมนั้นสดมาก และเมนูอื่น ๆ อีกมากมายทั้ง ยำปูม้าสด, ยำหอยแครง, ยำหนุ่ยไข่แดงเค็ม แถมน้ำจิ้มร้านมีให้เลือกละก็ จะพองใจแบบนิ้วโป้งนิ้ว แซ่บบแบบลิ้มไม่ลง เป็นอีกหนึ่งร้านยำนำสองของคนกรุงเทพฯ ควรค่าแก่การมาเช็กอินความอร่อย

Location: MRT ห้วยขวาง ประตู 4 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ



After Yum

“อาฟเตอร์ยำ” ที่สุดของยำปู หมูทอด ในเมือง พัทยา ร้านยำที่กำลังฮิตติดลมบนในย่านจังหวัดชลบุรี กระแสโซเชียลพูดถึงความเข้มข้นแบบปากต่อปาก ใครไปทั้งที่ร้านก็ต้องช็อกกับจำนวนคนที่มารอต่อคิวลิ้มรสความอร่อยกันเป็นชั่วโมง มากมายด้วยเมนูยำหลากหลาย ฟังชื่อแล้วก็น้ำลายสอ เช่น “ยำกุ้งสด” กุ้งสด ๆ คุลคุลคล้ายกับน้ำยำปลาสุตรเด็ดจากทางร้าน, “ยำหอยแครง” หอยแครงลวกกำลังพอดี กับน้ำยำรสแซ่บ และยังมีเมนูอื่น ๆ น่าลองทั้ง “ยำหมูยอไข่เค็ม”, “ยำคอหมูทอด” และ “หมูสามชั้นทอด” เป็นต้น อร่อยทุกจาน จนวางช้อนไม่ลง

Location: ตั้งอยู่ในบับน้ามันศาลาเทก สุขุมวิทพัทยากลาง อยู่ฝั่งตรงข้ามแบบมวยไทย จ.ชลบุรี



ตำยำยั่วๆ by ไนต์

ตำยำยั่ว คือ เดอเบล ร้านยำสุดแซ่บขวัญใจคนกินแถวมหาวิทยาลัยหอการค้า ยำราคาไม่ถึง 100 มีอยู่จริงร้านยำแซ่บๆ ของยุค!! แซ่บ นัว ยั่วมาก เป็นอีกหนึ่งร้านที่มีคนมาขิ้นเข้าคิวลิ้มรสความอร่อยอยู่เพียบ ไปเริ่มที่เมนูเด็ดของที่นี่ “ยำสามส่อน” เมนูนี้ความดีคือเลือกเครื่องได้เองจัดได้จุกๆ แซลมอน ปูม้า กุ้ง และอีกหลากหลายน่าสั่ง มีทั้งยำรวมมิตร, ยำไข่แดงเค็ม, ยำปูม้า, ยำกุ้งสด, ยำแซลมอน, ยำข้าวโพดไข่เค็ม, ยำหอยแครง, ยำไข่แดงเค็ม และยำลาห่านัก เป็นต้น เด็ดดวงด้วยรสชาติยำที่ไม่มีใครเหมือนใคร ลงตัวทั้งเปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ด มากุทสร ดูใจคนกินแน่นอน ตอนนี้ทางร้านมีขยายสาขา ม.กรุงเทพ รังสิต เพิ่มละนะคะ ใครอยู่แถวนั้นไปจัดด่วนค่า

Location: ซอยวิภาวดีรังสิต 2 ถนนวิภาวดีรังสิต 2 แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ



ยำโหด โคตรแซ่บ

ร้านยำชื่อดังกระแทกใจจนต้องร้องขอชีวิต ยำโหดโคตรแซ่บ ปักหมุดความอร่อยได้เลยที่ ลาดพร้าว 101 ร้านนี้มีดีที่ความโหดให้ลือลือ 5 ระดับ ตั้งแต่โหดไม่จริง จนโหดขั้นสุด ด้วยเมนูสารพัดยำที่สามารถเลือกระดับความเผ็ดได้ตามใจ และวัตถุดิบคุณภาพที่ทั้งสด และสะอาด เมนูแรกที่จัดมาชื่อว่า “อกับหายำโหด” ยำจานใหญ่ใส่เครื่องมาให้ไม่ยั้งทั้ง ปูม้าสดๆ กุ้งสด หอยแครง หมึก และหอยนางรมรับประกันว่าสดมาก ใส่มะม่วงเปรี้ยวเพิ่มความจัดจ้าน โรยตัวลิสงคั่วกรุบๆ จานนี้ให้ลืบทระหลุกกันไม่เลย และอีกหลากหลายเมนูสารพัดยำ ยำสามพี่น้อง, ยำไข่แดงดา, ยำโหดกุ้งสดไข่แดงเค็ม, ปูไข่ดองยืมน้ำจิ้ม, หมูสามชั้นทอด, ปักบนักโรยหอมเจียว ไม่ลืมน้องความอร่อยกันได้เลย ร้านนี้มี 2 สาขา: สาขาโพธิ์แก้ว แยก 17 และตลาดน้ำบางพระ วัชรพลาสุเรนทร์

Location: ซอยโพธิ์แก้ว 17 ลาดพร้าว 101 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ





GIVE BLOOD GIVE LOVE “หนึ่งคนให้ หลายคนรับ”



มูลนิธิอินเทอร์เน็ตลิงค์ให้ใจร่วมกับกลุ่มบริษัทอินเทอร์เน็ตลิงค์ จัดกิจกรรมบริจาคโลหิต Give Blood Together Season 1 “หนึ่งคนให้ หลายคนรับ”

บริจาคโลหิตมอบให้แก่สถานกาชาดไทย ณ ห้องสุวรรณภูมิ ชั้น 7 อาคารอินเทอร์เน็ตลิงค์ สำนักงานใหญ่ ในวันที่ 10 ตุลาคม 2562 ซึ่งมีผู้สนใจร่วมบริจาคโลหิตกว่า 190 คน สามารถบริจาคโลหิตให้แก่สถานกาชาดไทยกว่า 80,000 ซีซี

โดยภายในงานได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดีจากคณะผู้บริหาร กลุ่มพนักงานบริษัทอินเทอร์เน็ตลิงค์ฯ และพนักงานบริษัทใกล้เคียง และประชาชนทั่วไป เข้าร่วมบริจาคโลหิตเป็นจำนวนมาก



มูลนิธิอินเทอร์ลิงค์ให้ใจ ร่วมกับ บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) มอบสนามเด็กเล่นให้กับโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านนายาว

จ.ฉะเชิงเทรา เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการ และสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของเด็ก มูลค่า 250,000 บาท

โดย ดร.ชลิตา อนันตธีรพร ประธานมูลนิธิอินเทอร์ลิงค์ให้ใจ และพนักงานจิตอาสาจากกลุ่มบริษัทอินเทอร์เน็ต ลิงค์ เป็นตัวแทนส่งมอบให้กับ ร.ต.อ.พรชดช ไชยกะ ผู้อำนวยการโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านนายาว จ.ฉะเชิงเทรา

พร้อมกันนี้ ทางมูลนิธิอินเทอร์ลิงค์ให้ใจ ยังได้ร่วมจัดกิจกรรมสนุกๆ เพื่อส่งเสริมทักษะ: การเรียนรู้ ร่วมกับน้องๆนักเรียนโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านนายาว ในโครงการพี่สอนน้อง “ปลูกปัญญา...พร้อมมอบความอบอุ่น” 84 โรงเรียน ทวายพระบาทสมเด็จพระ

พระบรมมหาราชูปถุผลอดุลยเดช ในการให้ความรู้ผ่านกิจกรรม 4 ฐานวิชา ได้แก่ วิชาคณิตศาสตร์ วิชาวิทยาศาสตร์ วิชาอังกฤษ และวิชาศิลปะ พร้อมทั้งสาธิตวิธีการสัตรีไลในโครงการเพาะรัก...บรู้งใจ ให้น้องๆได้ทดลองทำอีกด้วย

โดยมีน้องๆนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนกว่า 120 คน อีกทั้งในวันเดียวกันยังได้จัดกิจกรรมภายใต้โครงการพัฒนาครู เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็นในฐานะผู้ปกครอง ผู้ครู และสอดแทรกการพัฒนาการเรียนการสอนให้เป็นที่ประจักษ์แก่ที่นักเรียนให้มากที่สุด โดยมีคุณครูเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 30 ท่าน

สำหรับท่านใดที่สนใจสามารถติดตามรายละเอียดกิจกรรมต่างๆ และสามารถร่วมบริจาคอุปกรณ์การเรียน อุปกรณ์กีฬา หนังสือเรียน หนังสืออดิกันสำหรับเด็กประถม ให้แก่มูลนิธิอินเทอร์ลิงค์ให้ใจ ได้ที่ <https://www.facebook.com/Interlinkhaijaifoundation> หรือติดต่อ คุณเมทนี (เมย์) โทร 02-666-1111 ต่อ 209 #เพราะการให้มันพลังมากกว่าที่คุณคิด #Interlinkhaijaifoundation



ผู้ประกันตนพอใจ

ใช้สิทธิทำฟันไม่ต้องสำรองจ่าย

ปัจจุบันการให้บริการด้านสิทธิประโยชน์ของสำนักงานประกันสังคมในกรณีทันตกรรมกับผู้ประกันตนได้พัฒนาระบบบริหารจัดการตาม “โครงการเบิกจ่ายตรงค่ารักษาทันตกรรม โดยไม่ต้องสำรองจ่าย” ประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ โดยที่ผ่านมามีผู้ประกันตนมาใช้บริการระบบทันตกรรมประกันสังคมแบบ “ไม่ต้องสำรองจ่าย” ยอดการใช้บริการกว่า 2.4 ล้านครั้ง สำนักงานประกันสังคมจ่ายประโยชน์ทดแทนไปแล้ว 1.6 พันล้านบาท ในขณะที่มีสถานพยาบาลเอกชน/คลินิกเอกชนเข้าร่วมให้บริการผู้ประกันตนกรณีทันตกรรม “ทำฟัน” ไม่ต้องสำรองจ่ายแล้วขณะนี้จำนวน 1,800 แห่งทั่วประเทศ รวมถึงสถานพยาบาลรัฐกว่า 19,000 แห่งทั่วประเทศ ย้ำ ผู้ประกันตนโปรดสังเกตป้ายสติ๊กเกอร์ที่ระบุว่า **สถานพยาบาลแห่งนี้ให้บริการผู้ประกันตนกรณีทันตกรรม “ทำฟัน” ไม่ต้องสำรองจ่าย** โดยผู้ประกันตนใช้สิทธิประโยชน์กรณีทันตกรรมในอัตราค่าบริการทางการแพทย์กรณีอุดฟัน ถอนฟัน ขูดหินปูน ผ่าฟันคุด โดยไม่ต้องสำรองจ่าย



ในวงเงินไม่เกิน 900 บาทต่อคนต่อปี ส่วนกรณีผู้ประกันตนเข้ารับบริการกรณีทันตกรรม ในสถานพยาบาลที่ไม่ได้ทำความตกลงเรื่องการเบิกจ่าย ผู้ประกันตนสามารถนำหลักฐาน ประกอบด้วยใบเสร็จรับเงิน ใบรับรองแพทย์ พร้อมสำเนาสมุดบัญชีธนาคารของผู้ประกันตน มายื่นต่อสำนักงานประกันสังคมพื้นที่/จังหวัด/สาขาทั่วประเทศ เพื่อขอรับประโยชน์ทดแทนได้ภายใน 2 ปี นับตั้งแต่วันที่เข้ารับบริการ



มาร่วม...เป็นครอบครัวเดียวกัน กับเรา...INTERLINK



ตำแหน่งงานที่รับสมัคร

บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ จำกัด (มหาชน)

ประจำสำนักงานใหญ่ (รัชดาภิเษก)

ผู้ช่วยรองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายการเดิน/ ผู้จัดการแผนกการเดิน
ผู้จัดการส่วนการขาย
ผู้จัดการฝ่ายกฎหมาย
พนักงานจัดซื้อต่างประเทศ (ภาษาจีน)
เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายในอาวุโส
พนักงานบัญชีอาวุโส
ช่างซ่อมบำรุง

ประจำศูนย์กระจายสินค้า (ช.กาญจนภิเษก 5/5)

ผู้จัดการแผนก Products & Technical Support
ผู้จัดการส่วนลูกค้าและสินค้า
วิศวกรฝ่ายขาย
พนักงานขับรถส่งสินค้า

ประจำภาคตะวันออก (สาขาระยอง)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการภาคตะวันออก

ประจำภาคใต้ (สาขาหาดใหญ่)

ผู้อำนวยการภาคใต้
พนักงานส่งสินค้าและเก็บเงิน

ประจำภาคอีสาน (สาขาขอนแก่น)

วิศวกรฝ่ายขาย
พนักงานฝ่ายขาย

ประจำภาคเหนือ (สาขาเชียงใหม่)

พนักงานฝ่ายขาย
Project Manager (ผู้จัดการโครงการ)

บริษัท อินเทอร์เน็ต เพาเวอร์ แอนด์ เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด

ประจำไซต์งาน (สนามบินสุวรรณภูมิ)

แมสเซ็นเจอร์
พนักงานธุรการอาวุโส



ติดต่อ
สอบถาม



02-666-1111 ต่อ 205 คุณกิตติเมศรี ,249 คุณชุติมลฑาน ,220 คุณนิภาพร
personnel@interlink.co.th jobs.interlink.co.th (เพื่อกรอกใบสมัครออนไลน์)



HR INTERLINK



LINE Add Friends

@hr-careers มี “@” ด้วยนะคะ

สายสัญญาณ มาตรฐานอเมริกา



SFP, XFP, X2, รับประกันการใช้งาน ด้วย Brand ดังได้ 100%



www.interlink.co.th

Tel 02 666 1111 (100 lines)