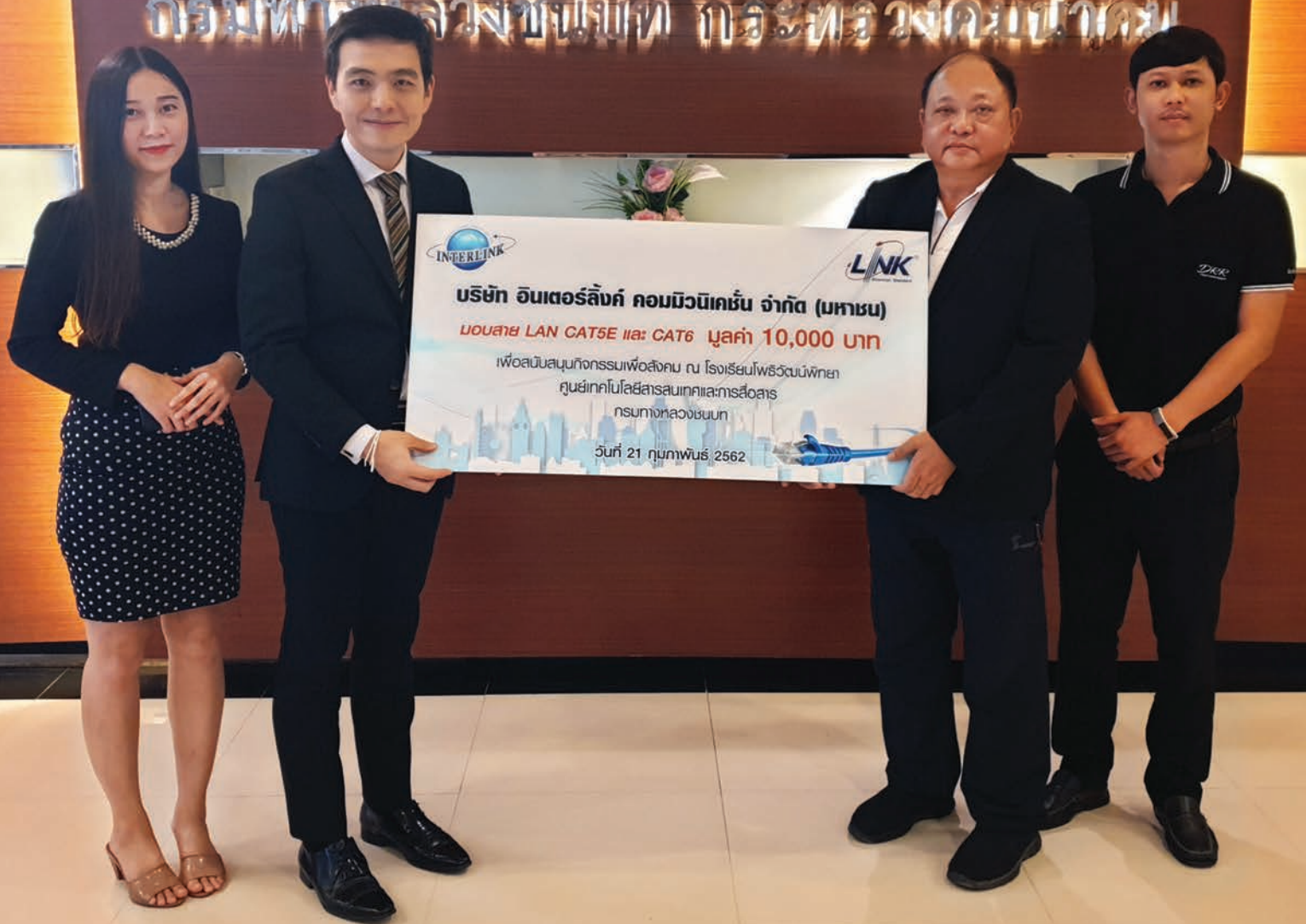




กรมการศึกษานานาชาติ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ และนวัตกรรม



กรมอนามัย พร้อมผลักดันเทคโนโลยี  
ระบบสุขภาพอัจฉริยะ  
นายแพทย์บัญชา ค้าของ  
รองอธิบดีกรมอนามัย

ในยุคดิจิทัล  
หนังสือเป็นคำตอบ  
หรือเปล่า?

แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ !  
LINK FIRE RESISTANT CABLE &  
LINK PHOTOVOLATAIC (SOLAR) CABLE

# Editor Talk



ใครเคยผ่านประสบการณ์การทำ Communication Marketing โดยเฉพาะ Digital Marketing ที่สุดท้ายแล้วได้ Awareness เพิ่มขึ้น แต่ไม่ได้ยอดขายกลับมาหรือไม่ได้ Database ของผู้บริโภคกลับมาเลย จนรู้สึกว่าการทำ Awareness ไปครั้งนี้แล้วได้อะไร หรือคนที่ทำงาน Agency ก็ถูกให้ผูก KPI กับเรื่องยอดขายคนที่เข้ามาหรือกลายเป็นการวัดยอดขาย Sales ไปโลกออนไลน์ ทั้งนี้ ในอดีตนั้นกระบวนการทำ Communication Marketing จะประกอบด้วยขั้นตอนหลายๆ ส่วนและกระบวนการทำ Marketing ที่ทำให้เกิดการเป้าหมายสุดท้ายที่องค์กรอยากได้นั้น คือยอดขายหรือ Sales เพราะการมี Awareness มากมาย แต่สุดท้ายไม่มีลูกค้าเลย ก็ไม่สามารถถือว่าประสบความสำเร็จ การทำ Digital Marketing นั้น สามารถวัดไปถึงกระบวนการว่ามีคนให้ความสนใจแค่ไหน และสามารถผลักดันให้เกิดความสนใจซื้อได้ ซึ่งในยุคนี้ผมเจอลูกค้าที่คิดถึงเรื่องนี้อย่างมาก และมักจะสอบถามว่ากระบวนการทำ Digital Marketing ที่ทำอยู่นั้น สามารถนำไปสู่ยอดขายได้ไหม หรือสามารถเก็บ Database ออกมาได้ไหม ยิ่งทำงานที่เป็น Above the line ก็หลาย เช่นงาน Activation ในตอนนี้ก็จะต้องมีกระบวนการเก็บข้อมูลของคนที่น่าสนใจมาร่วมกิจกรรมทั้งหลายเพื่อนำไปทำกระบวนการ Lead Generation ต่อ

กลับมาที่ Magazine ของเราฉบับนี้ ยังมีเรื่องราวที่น่าสนใจอีกเช่นเคย ที่จะเติมเต็มความสุขให้กับทุกท่าน ทั้งในส่วนคอลัมน์ไลฟ์สไตล์ ตามติดๆ มากับคอลัมน์อัปเดตเทคโนโลยีในหลากหลายมุมมอง นอกจากนี้ยังมีมุมมองดีๆ จากผู้บริหารชั้นนำที่จะมาถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงานให้กับทุกท่าน ขอให้ทุกท่านสนุกสนานและมีความสุขกับ Magazine ของเราฉบับนี้ แล้วพบกันใหม่ในฉบับหน้าสำหรับวันนี้ สวัสดีพี่น้องชาวไทย

ณัฐวุฒิ ปิ่นทองคำ  
บรรณาธิการ

## Contributors

ชลิดา อนันตรัมพร	Chalida Anuntarumporn
ณัฐหทัย อนันตรัมพร	Nuttanai Anuntarumporn
อภิชาติ พงศ์หา	Apichart Pongna
ภคภูมิ พลธร	Bhakhum Phonthon
สุวานนท์	Thuwanon Singkajohn
ธนา ตั้งสกุล	Thana Tungsakul
พัชรพล บัวเขิน	Patcharapol Buakem
ณิชากรีย์ แก้วไชยมา	Nicharee Kawchaisa
เมทินี นุ่มเกิด	Maytinee Numkerd
วสิษฐ์ เชาวพ็อง	Waleeporn Chaowaphong

## Editor

ธนากรณ ประดิษฐ์พลอย Tanaporn Pradubploy

## Creative Design

อภิสร่า เกษมทวีศักดิ์ Apisara Kasametaveesak

## CONTENT

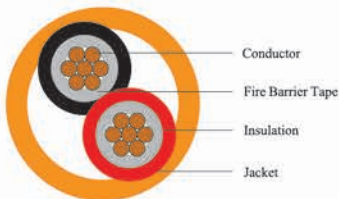
- 03 LINK PRODUCT HIGHLIGHT
- 04 LINK TECH
- 05 LINK TRICK
- 06 LINK SUCCESS
- 08 LINK TALK
- 12 LINK EVENT
- 14 TELECOM STORY
- 16 STRATEGIC THINKING
- 18 LINK RELAX
- 20 CSR STORY
- 23 LINK JOBS



# แนะนำ ผลิตภัณฑ์ใหม่

## LINK FIRE RESISTANT CABLE

สายทนไฟ (Fire Resistant Cable) คือ สายที่ทนต่อการติดไฟ ไม่ก่อให้เกิดการลุกลามของเปลวไฟ อีกทั้งเมื่อไฟไหม้ที่สาย สายจะยังคงสามารถนำสัญญาณไฟฟ้าได้ปกติ ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐาน BS6387 และ IEC 60331 โดย LINK จะนำเข้ามาจำหน่ายเป็นรุ่นที่สามารถทนไฟได้ 750°C นาน 3 ชั่วโมง โดยเป็นสายแบบ 2 เส้น มีฉนวนสีดำและสีแดง เหมาะสำหรับระบบป้องกันไฟไหม้ (Fire alarm system) โดยเฉพาะ

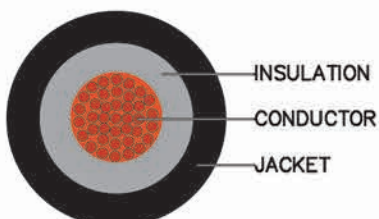
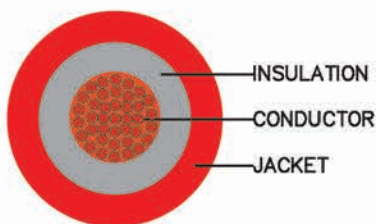


### จุดเด่นของ LINK FIRE RESISTANT CABLE

- ผ่านตามมาตรฐาน BS6387 และ IEC60331
- ตัวนำเป็นทองแดงลวดแกนฟอยมีความยืดหยุ่นสูง
- มีชั้นป้องกันไฟไหม้ ทำด้วยวัสดุพิเศษสามารถทนต่อไฟไหม้ได้ 750°C และ 900 °C
- มีชั้นฉนวนทำด้วยวัสดุ XLPE มีความทนทานและสามารถทนต่อความร้อนสูง
- มีเปลือกนอกทำด้วยวัสดุ LSZH มีคุณสมบัติในการหน่วงไฟ, ควันน้อย และไม่ปล่อยพิษฮาโลเจน

## LINK PHOTOVOLTAIC (SOLAR) CABLE

สาย PV Cable หรือสาย Solar Cable คือสายไฟฟ้าที่ใช้ในระบบโซลาร์เซลล์โดยเป็นสายไฟฟ้าที่ออกแบบมาให้ใช้กับไฟกระแสตรง (DC) โดยเฉพาะ ตัวนำทำด้วยทองแดงเคลือบดีบุกไม่เป็นสนิม, มีความยืดหยุ่นสูงกว่าและนำสัญญาณไฟฟ้ากระแสตรงได้ดี วัสดุฉนวนสองชั้น XLPE/LSZH สามารถทนความร้อนได้สูงกว่าสายไฟธรรมดา อีกทั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน



### จุดเด่นของ LINK PHOTOVOLTAIC (SOLAR) CABLE

- ผ่านการรับรองจาก TUV ประเทศเยอรมัน
- ตัวนำเป็นทองแดงเคลือบดีบุก ไม่ก่อให้เกิดสนิมและมีความยืดหยุ่นสูง
- มีฉนวนทำด้วยวัสดุ XLPE สามารถทนความร้อนสูงได้
- มีเปลือกนอกทำด้วยวัสดุ Flame Retardant Zero Halogen/XLPE, UV-Resistant สามารถทนต่อการลามไฟและทนทานความร้อนสูงได้



# การพาดสายสื่อสาร โทรคมนาคมสายสะพาน

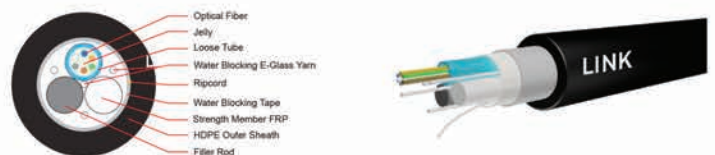
ปัจจุบันการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ออกระเบียบเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การพาดสายหรือติดตั้งอุปกรณ์ สื่อสารโทรคมนาคมบนเสาไฟฟ้าของการไฟฟ้า โดยระเบียบการพาดสายบนเสาของการไฟฟ้างวดข้อ "การพาดสายสื่อสารโทรคมนาคมสายสะพาน" (Messenger Wire) ของสายสื่อสารโทรคมนาคมชนิดตัวนำเส้นใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) ต้องเป็นโลหะเท่านั้น และวิธีการพาดสายและหรือติดตั้งอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค หากไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และมาตรฐาน หรืออาจเกิดความเสียหายแก่เสาไฟฟ้า การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จะไม่อนุญาตให้พาดสายและหรือติดตั้งอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม บนเสาไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเด็ดขาด

ดังนั้น สาย F.O. ผลิตภัณฑ์ใหม่ ของ LINK ก็คือ Mini ADSS และ Mini ARSS ที่สามารถติดตั้งง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งเป็นไปตามระเบียบการพาดสายบนเสาของการไฟฟ้า ด้วยโครงสร้างการรับน้ำหนักสายที่เป็น "FRP" (Fiberglass Reinforced Plastic) หรือก็คือ "พลาสติกเสริมแรงด้วยใยแก้ว" เป็นวัสดุคอมโพสิต (Composite) ที่ผลิตขึ้นจากวัสดุสองชนิดขึ้นไปโดยทั้งสองวัสดุนี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน และมีวิธีการผลิตหลากหลายวิธีการ ทัวป็นิยมใช้เส้นใย Fiberglass เป็นวัสดุรับแรงดึงจน FRP เป็นที่ยอมรับในเรื่องของความแข็งแรง

FRP ยังมีจุดเด่นในเรื่องของน้ำหนักที่เบา ทำให้วัสดุประเภทนี้ถูกนำไปใช้งานประเภทอื่นๆ อย่างกว้างขวางในภาคอุตสาหกรรม เช่น ชิ้นส่วนรถยนต์ ชิ้นส่วนเครื่องบิน อุปกรณ์กีฬาทางน้ำ ถังบำบัดถึงน้ำดื่ม การผลิตแม่พิมพ์ การผลิตท่อลำเลียงสำหรับโรงงาน สระว่ายน้ำ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ อีกมากมายทีเดียว ดังนั้นเราจึงนำประโยชน์นี้ของ FRP มาใส่ไว้ใน Fiber Optic โครงสร้างทั้งที่เป็นสาย Mini ADSS และ Mini ARSS ต่อไปนี้เราก็สามารถพาดสายใยแก้วได้อย่างสะดวกไม่ผิดระเบียบอีกด้วย

## ADSS – Mini

UFCX7XXMN MINI – ADSS, 3 – Twisted Tube



## ARSS – Mini

UFCX7XXA MINI – ADSS, 3 – Twisted Tube





# การติดตั้งสาย CAT6A U/FTP เข้ากับ Shield RJ45 Modular Jack

ช่วงนี้เทรนติดตั้งสาย CAT6A กำลังเป็นที่จับตามอง และมีหลายโปรเจกต์สนใจที่จะใช้ CAT6A Solution รวมถึงฉบับที่แล้ว เราได้มีการแนะนำ Shield CAT6A Plug รวมถึงมีลิ้งค์คลิปการเข้าหัวให้ดูใน Youtube จึงมีหลายท่านสอบถามกันเข้ามาว่า แล้ว Shield CAT6A Modular Jack นั้น ติดตั้งอย่างไร ยากหรือไม่ ต้องใช้อุปกรณ์อะไรพิเศษไหม ดังนั้น ในวันนี้เราจะมาดูวิธีการเข้าหัวกันครับ

## HOW To ?

01



ปอก Outer Jacket และ Shield ออกประมาณ 5 cm. และพับ Drain Wire กลับมาไว้บริเวณด้านเดียวกันกับ Outer Jacket

02



สวม Cover Cap เข้าไปในสาย จากนั้นนำสายแต่ละคู่สอดลงบน Cover Cap ตามมาตรฐาน TIA568B โดยใช้ปลายนิ้วโป้งกดสายลงไปจากนั้นตัดสายส่วนที่ยาวเกินออก

03



นำไปประกอบเข้ากับตัว Shield Modular Jack โดยให้คู่อีตรงกัน จากนั้นใช้มือบีบฝาของตัว Jack เข้าหากันให้แน่น

04



นำ Drain wire พันรอบบริเวณที่รัดสายของตัว Modular Jack จากนั้นใช้ Cable Tie รัดให้เรียบร้อย

## TOOL



US-9256LSZH  
CAT6A U/FTP Cable, LSZH



US-1034TFAS  
Shield CAT6A RJ45 Modular Jack



UC-8145  
คีมปอกสาย



SCAN for VDO "How to"



# สททช. กับการบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำของประเทศ

**“น้ำ...คือชีวิต”** น้ำเป็นส่วนประกอบ 2 ใน 3 ของร่างกาย คือ น้ำ และ 3 ใน 4 ของพื้นโลก คือ น้ำ ดังนั้น น้ำ จึงเป็นทรัพยากรที่มีค่าและมีความสำคัญยิ่งต่อสิ่งมีชีวิตบนโลกรวมถึงมนุษย์ ในปัจจุบันนี้ เมื่อเรามองไปทางไหน หรือว่าภาคส่วนใดๆ ไม่ว่าจะภาคอุตสาหกรรม เทคโนโลยี การเกษตร หรือว่าแม้แต่ตัวของเราเอง ต่างก็ใช้ทรัพยากรน้ำกันอย่างฟุ่มเฟือย เพราะต่างคิดว่าน้ำไม่มีวันจะหมดจากโลก แต่ในความจริงแล้วเราควรจะเริ่มตระหนักว่าทรัพยากรน้ำที่พวกเราเฝ้าคิดกันว่าไม่มีวันจะหมดไปนั้น กำลังอยู่ในภาวะวิกฤต กำลังขาดแคลน เพราะฉะนั้น เราควรจะเริ่มต้นกันรักษา น้ำที่มีอยู่ให้เราและคนรุ่นต่อไปได้ใช้กัน

**“น้ำ...คือทรัพยากรที่มีค่ายิ่ง”** สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำเป็นอย่างยิ่ง เพราะน้ำถือว่าเป็นทรัพยากรหลักในการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตบนโลก น้ำเป็นตัวประสานให้เกิดความสมดุลขึ้นบนโลก เมื่อมีน้ำ ก็จะมีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ เมื่อป่าไม้อุดมสมบูรณ์เราก็สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ตามไปด้วย เพราะสายน้ำที่ไหลจากยอดเขานาลงสู่ทะเลตามลุ่มน้ำนั้น ได้หล่อเลี้ยงชีวิตของพวกเราทุกคนมานานแสนนาน

## สททช. กับการบริหารทรัพยากรน้ำ

สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ (สททช.) เป็นองค์กรหลักที่กำกับดูแลและบริหารจัดการนโยบายการบริหารจัดการน้ำทั้งประเทศอย่างเป็นระบบ เป็นส่วนราชการที่อยู่ในบังคับบัญชาขึ้นตรงต่อ นายกรัฐมนตรี โดยจัดตั้งขึ้นเพื่อการจัดตั้งสำนักงานบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแห่งชาติ เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2560 ทำหน้าที่บูรณาการข้อมูลสารสนเทศ ฝ่ายแผนงาน โครงการ ฝ่ายงบประมาณบริหารจัดการ และฝ่ายติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำทั้งระบบ

## บริหารจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศ

การจัดการน้ำอุปโภคบริโภค ซึ่งน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคนี้เป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน จึงมีความสำคัญ

ที่จะต้องจัดหาให้ประชาชนมีน้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภคอย่างทั่วถึง โดยจัดหาน้ำอุปโภคบริโภคให้แก่ชุมชน ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน ชุมชนเมือง รวมทั้งพื้นที่เศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

### การจัดการน้ำท่วมและอุทกภัย

เพื่อลดความเสียหายจากอุทกภัยของชุมชนเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ บรรเทาความเสียหายและสนับสนุนการปรับตัวในพื้นที่เกษตร ลดความเสียหายจากดินโคลนถล่ม น้ำท่วมฉับพลันรวมทั้งยังได้พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการผลิตในภาคเกษตรและอุตสาหกรรม เพื่อจัดหาวัตถุดิบ สร้างความมั่นคงในภาคการผลิตเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ

### การฟื้นฟูสภาพป่าต้นน้ำที่เสื่อมโทรม

การอนุรักษ์ ฟื้นฟูสภาพป่าต้นน้ำที่เสื่อมโทรมและป้องกันการพังทลายของดิน พื้นที่ป่าต้นน้ำ เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อการเก็บรักษาความชุ่มชื้น การดูดซับน้ำ การชะลอการไหลของน้ำ อีกทั้งยังเป็นแหล่งระบบนิเวศที่สำคัญของพื้นที่ต้นน้ำ ยุทธศาสตร์นี้จึงมีเป้าหมายคือ เพื่อปรับสมดุล

ระบบนิเวศ โดยมีเป้าหมายฟื้นฟูพื้นที่ป่าต้นน้ำ 4.77 ล้านไร่

### สททช. ศูนย์อำนวยการน้ำแห่งชาติ

สททช. จัดสร้างศูนย์ดาต้าเซ็นเตอร์ เพื่อเป็นศูนย์กลางเตรียมรับมือการบริหารจัดการน้ำในภาวะวิกฤติ เป็นแหล่ง Data Center ที่สามารถดูแลจัดการเป็นศูนย์รวมข้อมูลและคาดการณ์ เป็นศูนย์อำนวยการน้ำแห่งชาติในสภาวะวิกฤติ โดยหากมีหน่วยงานใดที่จะบริหารจัดการน้ำ สททช. เปิดกว้างให้ผู้ดำเนินการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลนี้ได้แบบเรียลไทม์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์จัดการน้ำได้แม่นยำมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การจัดทำแนวทางปรับปรุงการบูรณาการระหว่างหน่วยงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน

*การขับเคลื่อนการดำเนินงานในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพสูงที่สุดนั้นจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการและสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กร โดยได้รับความไว้วางใจในการเลือกใช้อุปกรณ์ของ “LINK” ในการวางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นับเป็นอีกหนึ่งในความภูมิใจที่ผลิตภัณฑ์ “LINK” มาตรฐานอเมริกา ที่ได้มีส่วนร่วมในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาประเทศ ตามอุดมการณ์ของเรา*



SCAN QR Code for VDO

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี

# กรมอนามัย พร้อมผลักดัน เทคโนโลยี ระบบสุขภาพอัจฉริยะ

**ป**ัจจุบันสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้หลายคนใส่ใจในการดูแลตัวเองน้อยลง จึงต้องเผชิญกับปัญหาสุขภาพอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สุขภาพที่ดีเป็นความปรารถนาของมนุษย์ทุกคน กรมอนามัยในฐานะองค์กรหลักของประเทศในการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมเพื่อคนไทยทุกคนมีสุขภาพดี วันนี้เราจะพามารู้จักกับ นายแพทย์บัญชา คำของ รองอธิบดีกรมอนามัย ที่จะมาถ่ายทอดเรื่องราวดี ๆ ให้เราฟังกันค่ะ

## ก้าวสู่อายุ 67

กรมอนามัย เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นหน่วยงานที่ตั้งมายาวนาน โดยจะครบรอบ 67 ปี ในวันที่ 12 มีนาคม 2562 นี้ กรมอนามัยเป็นหน่วยงานหลักในการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่ส่งเสริมให้คนไทยสุขภาพดี โดยการดำเนินการจัดการข้อมูลและความรู้ด้านสุขภาพ ให้ได้มาซึ่งข้อมูลสถานการณ์สุขภาพคนไทย นำมาวิเคราะห์ปัญหาและศึกษาพัฒนาารูปแบบการส่งเสริมสุขภาพผ่านการสื่อสาร และผ่านการขับเคลื่อนร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่ไปสู่ประชาชน การให้บริการที่สำคัญ คือการสนับสนุนรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพ ทุกกลุ่มวัย เช่น การส่งเสริมให้เด็กปฐมวัยเติบโตตามมาตรฐานสูงที่สุดส่วนและมีพัฒนาการที่ดี ตามโครงการมหัศจรรย์ 1000 วันแรกแห่งชีวิต โดยกำหนดแนวทางการเลี้ยงดูการจัดโภชนาการที่เหมาะสม การส่งเสริมการตรวจประเมินและพัฒนาให้เด็กไทยมีพัฒนาการที่ดี หรือกรณีส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ด้วย โครงการ Long term care พัฒนาให้มี Care Giver ดูแลคนสูงอายุติดเตียงโดยพัฒนา Care Plan ให้มีมาตรฐาน ในส่วนผู้สูงอายุทั่วไปมีการส่งเสริมสุขภาพผ่านหลักการ ไม่ล้ม ไม่ล้ม ไม่ซึมเศร้า กินข้าวอร่อย เพื่อเป้าหมายผู้สูงอายุเป็นหลักชัยของสังคมไทย




นายแพทย์บัญชา คำของ  
รองอธิบดีกรมอนามัย

## Health literacy เทคโนโลยีส่งเสริมสุขภาพอัจฉริยะ

ก่อนจะมองถึงแนวโน้มเทคโนโลยีในอนาคต ควรพิจารณาปัญหาและข้อจำกัดในการดำเนินงานของกรมอนามัยก่อน ด้วยบทบาทหน้าที่ของกรมอนามัยนั้นมีความกว้างใหญ่ไพศาลมาก โดยนอกจากดูแลสุขภาพในทุกกลุ่มวัยทุกคนแล้วยังดูแลทุกองค์ประกอบ ทั้งด้านสุขภาพร่างกายทุกส่วน ด้านโภชนาการ ด้านกิจกรรมทางกาย ด้านพัฒนาการเด็ก ด้านอนามัยเจริญพันธุ์ รวมไปถึงด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม โดยกระบวนการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อเสนอรัฐบาลขับเคลื่อนระบบส่งเสริมสุขภาพ การออกกฎหมายส่งเสริมสุขภาพอนามัย พร้อมกับการสนับสนุนมาตรการต่าง ๆ ซึ่งมีข้อจำกัดด้านกำลังคน จึงต้องผลักดันผ่านระบบเครือข่ายทั้งในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งประสบปัญหาไม่สามารถสนับสนุนหรือกำกับให้หน่วยต่าง ๆ ดำเนินการให้ครอบคลุมแบบมีคุณภาพไปยังประชาชนทุกคนได้ อีกทั้งในขณะนี้ทิศทางการบริหารจัดการสุขภาพไทยเพื่อให้ทันกับดั่งมุ่งดูแลประชาชนด้วยบริการตั้งรับรักษาเมื่อเจ็บป่วยในสถานพยาบาลซึ่งทำให้คนล้นโรงพยาบาล งบประมาณประเทศชาติไม่เพียงพอ การปฏิรูปด้านส่งเสริมสุขภาพ





เสริมสุขภาพที่เป็นการสร้างนำชื่อนั้น กระทรวงสาธารณสุขได้มอบหมายหน้าที่นี้ให้กรมอนามัยเป็นแกนรับผิดชอบ โดยพิจารณาว่าแนวทางการเปลี่ยนแปลงที่มากไปกว่าปฏิรูปคือเปลี่ยนแบบพลิกโฉม นั่นคือการพัฒนาศักยภาพประชาชนให้มีความรอบรู้ และมีพฤติกรรมด้านสุขภาพที่ดีและเหมาะสม หรือที่เรียกว่า Health literacy นั้นถูกมองว่าเป็นยาวิเศษในระบบสุขภาพในขณะนี้ แต่ปัญหาใหญ่ที่ตามมาคือ ลำพังงานเดิมของกรมอนามัยก็ไม่สามารถทำได้ครอบคลุม การพัฒนาสมรรถนะประชาชนทั้ง 67 ล้านคน จึงเป็นงานใหญ่และยากยิ่งของกรมอนามัยในยุคนี้ การจะทำให้สามารถดำเนินงานได้เกิดมรรคผลจำเป็นต้องปรับกระบวนการทำงานแบบพลิกโลก และต้องให้เทคโนโลยีพลิกโลกมาใช้ ทั้งนี้ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วและต้องเข้าใจการนำมาใช้ ต้องขยับทั้งองค์กร

ดังนั้นในฐานะ CIO กรมมองว่าปัจจุบันมีความก้าวหน้าของโลกในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอย่างมาก เมื่อศึกษาถึงรูปแบบประโยชน์ รวมไปถึงผลกระทบที่รุนแรงในระดับพลิกโฉมการดำเนินงานของภาคเอกชน โดยกระทบต่อการดำเนินงานที่ต้องรวดเร็วให้ทันต่อการแข่งขัน เทคโนโลยีที่สามารถลดตัวกลางขั้นตอนและระยะเวลา จนกระทบต่อกระบวนการ โครงสร้างและกำลังคนดังปรากฏการณ์การจำนวนสถานบริการ และจำนวนบุคลากร เพราะใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทน อีกทั้งเปลี่ยนระบบบริการมาอยู่บน single platform ผู้ให้บริการอยู่ใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการชนิดที่ไม่เคยมีมาก่อน

## เทคโนโลยีเปลี่ยน เราต้องปรับ

การนำเทคโนโลยีมาใช้ในกรมอนามัยที่ผ่านมาได้พัฒนาระบบเพื่อรองรับการบริหารจัดการข้อมูลและความรู้ที่มีจำนวนมาก โดยการดำเนินงานของทีมบุคลากรที่มีสมรรถนะด้านไอทีของกรมอนามัย โดยพัฒนาระบบ server ขนาดใหญ่พร้อมระบบปฏิบัติการบริหารพื้นที่ให้บริการ บนฐานความเร็วและความปลอดภัยระดับสูง มีการเชื่อมโยงข้อมูลจาก Health data center และ Hospital data base ของฝั่งสำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุขมายังกรมอนามัย และพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอแบบ real time ในแบบ online dash board เพื่อใช้เฝ้าระวังและประเมินผลระบบส่งเสริมสุขภาพของประชาชนทุกกลุ่มวัยที่เป็นภารกิจกรม

อนามัยทั้งหมด ซึ่งในปีที่ผ่านมากรมอนามัยได้รับการรับรองผ่าน PMQA หมวด 4 ว่าด้วยการจัดการข้อมูลและความรู้จาก กพร. ถือเป็นก้าวสำคัญของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในภารกิจงานกรม ในช่วงที่ได้มารับหน้าที่ ประมาณ 1 ปีที่ผ่านมาเป็นช่วงที่ได้ผลักดันนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาให้เกิดเป็นรูปธรรมในกรมอนามัย โดยช่วงแรกมุ่งเน้นให้ทุกกองและสำนักพัฒนา Application บริหารจัดการสุขภาพประชาชน โดยปรับจากการคิดผลิตเองซึ่งยุ่งยากและล่าช้า ขาดบุคลากรที่มีความสามารถสร้าง Application มีข้อจำกัดงบประมาณที่ต้องขอล่วงหน้าและมีจำกัด โดยค้นหาในตลาด Social media ผ่าน Provider หรือ Young Startup รวมไปถึงภาคส่วนราชการทั้งหน่วยงานการศึกษามหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานกระทรวงต่าง ๆ ซึ่งมีผลงานปรากฏแล้วมาสร้างความร่วมมือภายใต้ภารกิจร่วมกันดูแลประชาชนโดยมีเป้าหมายที่การสร้างสุขภาพไปยังประชาชน ซึ่งกรมอนามัยมีอำนาจหน้าที่โดยตรงตามกฎหมาย ทำให้ภาคส่วนต่าง ๆ สามารถมีผลงานไปดูแลประชาชนในกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยไม่ต้องแข่งขันเหมือน Application ในท้องตลาด social media จนปัจจุบันหน่วยงานส่วนใหญ่มี Application ดูแลจัดการสุขภาพประชาชนเกือบหมดแล้ว ได้แก่ “Application Teenergy” สำหรับวัยรุ่นดูแลจัดการเรื่องเพศอย่างรอบรู้ด้วยตนเอง “Application ประเมินสุขภาพมาตรฐาน” ที่ร่วมมือกับ Microsoft “ก้าวอย่างเพื่อลูก” ร่วมกับ Unicef ในการดูแลมารดาและทารกที่ตั้งครรภ์และหลังคลอด การพัฒนารูปแบบการดูแลผู้สูงอายุร่วมกับบริษัทผู้ผลิตหุ่นยนต์เดินสอ “Application สมุดสุขภาพผู้สูงอายุ” และ “ระบบปฏิบัติการ 3 C (Care manager Care giver Care plan)” สำหรับการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว

## Risk response for health literacy (RRHL)

ก้าวสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาใช้เต็มรูปแบบคือระบบปฏิบัติการตอบโต้ความเสี่ยงเพื่อความรู้ด้านสุขภาพ หรือ Risk response for health literacy (RRHL) เป็นหน่วยงานกลางระดับประเทศในการตอบโต้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่เป็นเท็จหรือสร้างความสับสนในประชาชนนำไปสู่การปฏิบัติที่เกิดผลเสียต่อสุขภาพ โดยได้เปิดปฏิบัติการศูนย์มาตั้งแต่ 11

มกราคม 2562 ที่ผ่านมา โดยขั้นต้นใช้กลไกบุคลากรเข้ามาทำงานวางระบบและขับเคลื่อน โดยใช้ทีม Risk monitoring สืบค้นข้อมูลด้วย Key word สำคัญที่บ่งชี้ว่ากระทบต่อสุขภาพไปในสื่อใน social media หลากหลาย แล้วกำหนดให้ทีม Prioritization จำแนกความรุนแรงที่จะต้องเร่งด่วนตอบโต้ เชื่อมโยงไปยังทีม Expert team ที่ต้องเชื่อมโยงเอกสารวิชาการทั่วโลก และนักวิชาการในไทย วิเคราะห์ประเด็นและสังเคราะห์ความจริงที่จะได้ตอบ ส่งให้ Strategic team กำหนดกลยุทธ์การตอบโต้ เช่น นำไปวางทับต้นตอด้วยกลยุทธ์ที่เรียกว่า Stop source หรือเผยแพร่กว้างผ่าน Social media ให้หลากหลายและทีมสุดท้ายในกระบวนการ RRHL คือทีม Risk communication จะทำหน้าที่ผลิตสื่อที่กำหนดเป็น digital media ให้สามารถประเมิน View, share, like/unlike ได้เบ็ดเสร็จไม่ต้องทำแบบสอบถามเพิ่มขึ้นตอนยุ่งยาก นำไปวางตามที่ strategic team ที่กำหนด

แนวคิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในเรื่องนี้ถูกกำหนดใน conceptual frame work มาตั้งแต่ต้นกับพร้อมกับการปฏิบัติการแบบ Analog โดย ใช้เทคโนโลยี Social listening เพื่อเฝ้าระวังสืบค้นตรวจจับข้อมูลข่าวสารที่กำหนดไว้ในเป้าหมาย ซึ่งจะสามารถขยายได้อย่างครอบคลุมมากพอ ในลำดับต่อไปเป็นการใช้เทคโนโลยี API เชื่อมโยงคลังข้อมูลทุกกรมและกองนำเข้าสู่ระบบ Machine Learning ที่จะจดจำและจำแนกข้อมูลมาตอบโต้อัตโนมัติผ่าน Chatbot AI และในที่สุดจะพัฒนาการผลิตสื่อที่รวดเร็วรองรับให้ระบบในไปวางใน social media ที่กำหนดไว้ ซึ่งในขณะนี้ กำหนดผ่านระบบปฏิบัติการ อสม.ออนไลน์ และ Application Smart อสม. ในอนาคตจะสร้างระบบปฏิบัติการของประชาชนรายบุคคล ที่ใช้ชื่อว่า Smart citizen digital platform ไว้รองรับสื่อภายใต้แบรนด์ 'สา'สุขซัวร์ ซึ่งจะทำให้สามารถครอบคลุมคนไทยทั้ง 67 ล้าน คน โดยทั้งหมดนี้มีการประชุมความร่วมมือระหว่างรัฐกับเอกชนที่มีสมรรถนะสูงไปแล้ว 2 ครั้ง ขณะนี้อยู่ระหว่างจัดทำ work shop ซึ่งคาดว่าจะระบบจะสามารถ implement ระบบ social listening ได้ ในเดือนหน้า ส่วน Chatbot AI ก็กำลังพัฒนาอยู่ แต่ก็ต้องรอการจัดเตรียมคลังข้อมูลอีก 3-6 เดือน จึงจะสามารถตอบโต้อัตโนมัติได้

## ก้าวสู่ digital transformation

แนวคิดในการทำงานและบริหารทีมงานเป็นเรื่องสำคัญในปัจจุบันที่ผู้บริหารต้องเข้าใจบริบทระบบบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งมีข้อจำกัดหลากหลาย ทั้งงบประมาณซึ่งมีการควบคุมควบคุมประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นลำดับ สิ่งแรกที่เราเห็นว่าสำคัญคือต้องพยายามสร้างกลไกให้บุคลากรและหน่วยงาน

ได้ศึกษาการนำเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว โดยขณะนี้ที่กรมกำหนดให้มีการพัฒนา Digital literacy ในทุกคนโดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับหน่วยงานและบริษัทเอกชนนอกที่เชิญมาเป็นระยะ อีกทั้งได้ผ่านแผนปฏิรูปกรมอนามัยให้มีประเด็น digital transformation อยู่ในเนื้อหาการปฏิรูปด้วย และในฐานะรับผิดชอบการประเมินมาตรฐานองค์กรด้านการบริหาร ได้ร่วมกับคณะกรรมการกำหนด ให้ทุกหน่วยต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มประสิทธิภาพของงานดูแลไปให้ถึงประชาชน กำหนดเป็นเกณฑ์ประเมินผลปฏิบัติงาน Performance agreement ของทุกหน่วยในกรมอนามัย

แต่สิ่งสำคัญที่สุดการนำเทคโนโลยีมาใช้ไม่ใช่เพียงแค่กำหนดนโยบายแล้วจะทำได้ ผู้บริหารต้องลงมือทำให้เห็นในลักษณะที่ทีมงานได้พบเห็นปัญหา รู้ความจำเป็นและที่มาของการนำเทคโนโลยีมาใช้ และมีการใช้เทคโนโลยีอย่างเข้าใจและเหมาะสม มิฉะนั้นก็จะเพียงแค่ได้นำมาใช้ แต่ไม่มีคุณภาพ ไม่ครอบคลุม และไม่ยั่งยืน ผู้บริหารต้องเป็นผู้ที่จำเป็นต้องเป็นผู้เริ่มต้นกล้าคิดกล้าทำในการใช้แนวคิดพลิกโฉมด้วยเทคโนโลยีมาให้เห็นว่าเกิดผลจริง พร้อมต้องสนับสนุนทะเลาะลงข้อจำกัดทั้งหลายให้ทีมเดินไปอย่างมั่นใจ ไม่ว่าจะการขอแหล่งงบประมาณอื่นนอกเหนืองบประมาณรัฐ การสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนที่จะเข้าถึงเทคโนโลยีและสร้างระบบปฏิบัติการจริงในเวลาที่รวดเร็วแต่มั่นคง และที่สำคัญที่สุด ต้องสร้างทีมสมรรถนะสูงให้กำลังใจพร้อมต่อสู้ให้บรรลุผลแล้วขยายผลทั้งเทคนิคและเทคโนโลยีให้บุคลากรทั้งกรมได้เรียนรู้แบบเบ็ดเสร็จพร้อมจะนำไปดำเนินการในลักษณะปรับปรุงจากการเลียนแบบในเบื้องต้น ทั้งนี้เมื่อบุคลากรมั่นใจแล้วการก้าวสู่การดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีเต็มรูปแบบยิ่งขึ้นจะมีความเป็นไปได้ตามลำดับ





# ในยุคดิจิทัล ที่ตลาดโฆษณามีการแข่งขันสูง และมีหลายแบรนด์ที่ไม่ได้มองโฆษณาเป็นแค่เรื่องของการโปรโมทขายสินค้าเท่านั้น

แต่หวังละก็มันให้เห็นรากลึกของวัฒนธรรมองค์กร แนวคิดของการทำธุรกิจ ตกผลึกจนกลายเป็นสินค้าและบริการ ที่ตอบโจทย์ลูกค้ายุคปัจจุบันที่ต้องการมากกว่าแค่ ของดีและราคาสมเหตุสมผล

แต่การที่จะสื่อสารเรื่องราวต่างๆออกไปด้วยเวลาเพียงแค่ 30 - 60 วินาที แบบในยุคก่อนนั้น อาจจะไม่พออีกต่อไปแล้ว หรือถ้าพอ ก็อาจจะไม่กินใจหรือทำให้จดจำได้เท่าที่ควร แล้วจะต้องทำอย่างไร? **"หนังสือโฆษณา"** คือคำตอบหรือไม่?

ฉบับนี้ผมจะพาไปดูไอเดียเด็ดของ 3 โฆษณา จาก 3 อุตสาหกรรม ที่เข้าถึง Insight ของผู้บริโภคและสื่อสารออกมาเป็นหนังสือโฆษณา ซึ่งสร้างกระแส Talk of the town ได้ในชั่วข้ามคืนกันครับ



**"ลุงสามลือ"**  
ชีวิตที่น่าจดจำคือชีวิตที่ทำเพื่อคนอื่น

ปกติแคมเปญโฆษณาของ เจ็นติดลือ ถ่ายสินเชื่อยานยนต์นี้ จะเน้นไปที่ความสนุกสนานและสื่อละก็ออกไปยังรูปแบบของสินค้าและการให้บริการที่รวดเร็วกว่าสำหรับหนังสือโฆษณาชุดล่าสุด "ลุงสามลือ" เจ็นติดลือ เลือกว่าแตกต่างไปจากที่เคย โดยเลือกที่จะนำเสนอให้ชุมชนเห็นแก่นปรัชญาในการทำธุรกิจของแบรนด์ ในบทบาทของแบรนด์ที่มุ่งเน้นทำหน้าที่ของตัวเองในฐานะส่วนหนึ่งของผู้ที่ตระหนักรู้ถึงธุรกิจที่ทำอยู่ ทำเพื่ออะไร และเพื่อใคร "ลุงสามลือ" หนังสือโฆษณาที่สร้างจากคำโคจรเรื่องจริง ที่มาสร้างแรงบันดาลใจ ให้กับทุกอาชีพภายใต้แนวคิด "ชีวิตที่น่าจดจำคือชีวิตที่ทำเพื่อคนอื่น" โดยหลังปล่อยภาพยนตร์ไปเพียงแค่ 12 ชั่วโมง ก็มียอดเข้าชมมากกว่า 1,000,000 ครั้ง ผ่านช่องทาง Youtube



**"Sense the Future"**  
รถครอบครัว ความปลอดภัย และฮอนด้าจะเป็นอย่างไร ถ้าเราเห็นเหตุการณ์ล่วงหน้าได้ ?

คือ โจทย์ที่ค่อนข้างซับซ้อนให้พุ่มได้ขบคิดกันภายในภาพยนตร์สั้น โฆษณาในชุด "Sense the Future" เซนส์ที่พร้อมรับมือกับสิ่งที่ไม่คาดคิด โดยโฆษณาชุดนี้คือพลผลิตรายของฮอนด้า ที่ต้องการต่อยอดเรื่องเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยที่ฮอนด้าพยายามพัฒนาขึ้นมา และเป็นปัจจัยสำคัญที่ประกอบการตัดสินใจของลูกค้า



**"Friendshi(tp)"**

จากแนวคิด : เพราะ K PLUS เป็นแอปยอดนิยม ใช้งานง่าย ใครๆ ก็ใช้ ทำให้คนที่ใช้งานแอป K PLUS คุยกับใครก็รู้เรื่อง อีกทั้งยังช่วยพลัสมิตรภาพ และพลัสสิ่งดีๆ ให้ชีวิต ซึ่งหมดยุคแล้วการเขียน tie-in สินค้า หรือการทำคลิปแอสสนุกแต่ไม่ขายอะไรเลย โฆษณาชุดนี้ถูกมองว่าเป็น "อะไรก็ไม่รู้" ที่ขายได้-ขายตรง-ขายนาน โดยการันตีด้วยยอดเข้าชม 3 ล้านครั้งภายในระยะเวลาไม่ถึง 24 ชม. และ 11 รางวัลจากเวทีโฆษณาทั่วโลก

หนังสือโฆษณาที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ล้วนไม่ได้สร้างแค่ Brand Awareness เพียงอย่างเดียว แต่ยังสื่อไปถึงการแสดงจุดยืนของแบรนด์ การเข้าถึง Customer Insights การใส่ใจในทุกรายละเอียด ซึ่งสรรคออกมาเป็นโฆษณาที่ละก็ก่อนทุกอย่างในตัวแบรนด์ เพราะโฆษณาในยุคดิจิทัล ที่ผู้บริโภคไม่เชื่ออะไรง่ายๆ เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย โฆษณาจะไม่ใช้โฆษณาชวนเชื่ออีกต่อไป แต่จะเป็น โฆษณาชวนชอบ ที่ทำให้ผู้บริโภคชอบในจุดยืนของแบรนด์ ชอบในแบรนด์คาแรกเตอร์ ที่สื่อสารออกไปผ่านโฆษณามากกว่าในอันดับแรก ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว ยอดขายและผลกำไร ก็จะตามมาอย่างง่ายดาย **"เรารักใครชอบใครเราก็อยากสนับสนุนคนคนนั้น"** ถูกนี่ยลละครับ...

“  
ในยุคดิจิทัล  
หนังสือโฆษณา  
เป็นคำตอบหรือเปล่า?  
”

# LINK TRAINING & WORKSHOP 2019 @ MYANMAR

บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้นำเข้า และจัดจำหน่ายสายสัญญาณที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ภายใต้ผลิตภัณฑ์แบรนด์ "LINK" ตอกย้ำความเป็นผู้นำอันดับหนึ่งด้านสายสัญญาณรูดตลาดอาเซียน จัดสัมมนา LINK TRAINING & WORKSHOP 2019 ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ หน่วยงานรัฐบาล องค์กรเอกชน และผู้ที่สนใจ เพื่ออัปเดตเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยได้รับเกียรติจาก คุณสมบัติ อนันตรัมย์พร ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ งานนี้มีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมงานจำนวนมาก เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2561 @ Chatrium Hotel Yangon, Myanmar



## Link Smart Solution For Professional Network

เพราะเราเชื่อว่าความรู้ไม่มีที่สิ้นสุด บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) จึงได้จัดงานสัมมนาภายใต้งาน Link Smart Solution For Professional Network ให้แก่กลุ่มผู้รับเหมา พร้อมปาร์ตี้สุดเอ็กซ์คลูซีฟ และกิจกรรมดึกบาดรยามเช้า สร้างความประทับใจกันอย่างถ้วนหน้า โดยงานนี้ได้รับเกียรติจาก คุณสมบัติ อนันตรัมย์พร ประธานกรรมการ และกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มบริษัทอินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ณ โรงแรม อเวียกาญจนบุรี เทวมันตร์ทรา รีสอร์ทแอนด์สปา จ.กาญจนบุรี เมื่อวันที่ 9-10 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ผ่านมา



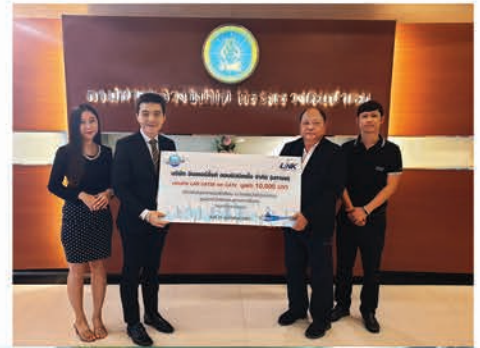
## INTERLINK EXPO 2019

บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายสายสัญญาณที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน จัดงาน "INTERLINK EXPO 2019" ขนขบวนสินค้าลดราคา กระหน้าสูงสุดกว่า 70% พร้อมกิจกรรมแจกของรางวัลอีกมากมาย โดยมี คุณสมบัติ อนันตรัมย์พร ประธานกรรมการ และกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มบริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นประธานกล่าวเปิดงาน โดยงานนี้ได้รับความสนใจจากเข้าร่วมงานจำนวนมาก เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2562 ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค รัชดา



## LINK บริจาคสายสัญญาณสนับสนุนสถาบันการศึกษา

เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ผ่านมา บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายสายสัญญาณที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน นำโดย คุณณัฐภูมิ ปิ่นทองคำ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร ส่งมอบสาย UTP (LAN) มูลค่ากว่า 10,000 บาท ให้กับกรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม โดยมี คุณณัฐพันธ์ เดชมณี ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีและสารสนเทศ เป็นผู้รับมอบ เพื่อนำไปปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับโรงเรียนโพธิ์วัฒนพิทยา จ.นครนายก ต่อไป



## Smart Solution For Professional Network

บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) จัดงานสัมมนาเพื่ออัปเดตความรู้ให้แก่กลุ่มลูกค้าราชการและรัฐวิสาหกิจ ภายใต้งาน Smart Solution For Professional Network งานนี้ได้รับเกียรติจากคุณสมบัติ อนันตรัมย์พร ประธานกรรมการ และกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มบริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นประธานกล่าวเปิดงาน ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จ.เพชรบุรี เมื่อวันที่ 15-16 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ผ่านมา



## INTERLINK ROAD SHOW @ HATYAI

LINK ลดกระหน่ำกว่า 70% นำสินค้าคุณภาพมาลดราคา มากกว่า 300 รายการ อาทิ LAN (UTP), CCTV (Coaxial), FIBER OPTIC, PoE, Media Converter, Video Converter, Telephone. LINK Rack, German Rack และอื่นๆ อีกมากมาย ช้อปเพลินพร้อมของรางวัลต่างๆ อีกมากมาย ณ โรงแรม เอส หาดใหญ่ จ.สงขลา เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ผ่านมา



ในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ได้นำระบบ IT เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการและการพัฒนาธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการในการดำเนินงานที่มากขึ้นซึ่งระบบต่าง ๆ เหล่านั้นทำงานอยู่ภายใต้ศูนย์ข้อมูลหรือที่เราเรียกกันว่า Data Center คอลัมน์นี้จะพาผู้อ่านทุกท่านมาทำความรู้จักกับความสำคัญของการแบ่ง Tier ค่าค่า เช่นเตอร์ กันครับ

ระบบการแบ่ง Tier ของสถาบัน Uptime Institute สำหรับค่าค่า เช่นเตอร์นั้นถูกนำมาใช้งานเกือบ 20 ปี นับตั้งแต่มีการสร้างระบบนี้ขึ้นมาในช่วงกลางทศวรรษที่ 1990 ซึ่งได้พัฒนาขึ้นจากคำศัพท์ที่ใช้ร่วมกันในวงการไปสู่มาตรฐานระดับโลกที่บริษัทภายนอกใช้ในการตรวจสอบความถูกต้องของโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของค่าค่า เช่นเตอร์ของบริษัทต่างๆ

### Tier คืออะไร?

สถาบัน Uptime Institute ได้สร้างระบบแบ่ง Tier สำหรับค่าค่า เช่นเตอร์โดยแบ่งออกเป็น 4 Tier คือ Tier 1-4 โดยแต่ละTierได้รวมเอาข้อกำหนดทุกอย่างของ Tier ที่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเอาไว้ด้วย ซึ่งแต่ละ Tier มีรายละเอียดดังนี้

**Tier 1:** ชีตความสามารถขั้นพื้นฐาน ค่าค่า เช่นเตอร์ระดับ Tier 1 มีโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะสำหรับไซต์เพื่อสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศนอกเหนือจากที่ใช้กับส่วนของสำนักงาน โครงสร้างพื้นฐานระดับ Tier 1 ประกอบด้วยพื้นที่เฉพาะสำหรับระบบไอที แหล่งจ่ายไฟสำรอง (ยูพีเอส) เพื่อรองรับกระแสไฟเกิน ไฟตก และไฟดับชั่วคราว อุปกรณ์ทำความเย็นที่ไม่ปิดหลังเวลาเลิกงานตามปกติ และเครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำหรับป้องกันระบบไอทีจากปัญหาไฟดับเป็นเวลานาน

**Tier 2 :** มีอุปกรณ์ชุดสำรองในระบบที่สำคัญ สิ่งอำนวยความสะดวกในระดับ Tier 2 ประกอบด้วยระบบจ่ายไฟ และระบบทำความเย็นสำรองที่ช่วยให้วางแผนด้านการซ่อมบำรุงได้ และเพิ่มความปลอดภัยจากการหยุดชะงักของกระบวนการทางด้านไอทีซึ่งมีผลมาจากอุปกรณ์ในโครงสร้างพื้นฐานของไซต์หยุดทำงาน อุปกรณ์ชุดสำรองได้แก่ อุปกรณ์ไฟฟ้า และอุปกรณ์ทำความเย็น เช่น ยูพีเอส เครื่องทำความเย็น, เครื่องสูบน้ำ และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า

**Tier 3 :** ค่าค่า เช่นเตอร์ระดับ Tier 3 ยังคงสามารถทำงานอยู่ได้ในขณะที่มีการซ่อมบำรุงหรือเปลี่ยนแปลง



อุปกรณ์ในส่วนที่ต้องการ มีระบบจ่ายไฟฟ้าสำรอง และระบบทำความเย็นเพิ่มขึ้นมาจากส่วนประกอบสำคัญของ Tier 2 เพื่อให้ทุกองค์ประกอบที่จำเป็นในการสนับสนุนการปิดสภาพแวดล้อมการประมวลผลระบบไอที และบำรุงรักษาระบบได้โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำงานด้านไอที

**Tier 4 :** ค่าค่า เช่นเตอร์ที่ยังคงสามารถทำงานอยู่ได้เมื่อมีปัญหาจากความผิดพลาดเกิดขึ้น โดยโครงสร้างพื้นฐานของระบบTier 4 จะถูกสร้างไว้บน Tier 3 และมีการเพิ่มแนวคิดเรื่องความทนทานต่อการล้มเหลวของระบบเข้าไปในระบบโครงสร้างพื้นฐานของไซต์ ความทนทานต่อการล้มเหลวของระบบหมายความว่าเมื่ออุปกรณ์ตัวใดตัวหนึ่งมีปัญหา หรือเกิดปัญหาขึ้นกับระบบจ่ายกระแสไฟฟ้าหยุดชะงักก็จะไม่ทำให้การทำงานด้านไอทีหยุดชะงัก

ศูนย์สำรองข้อมูลอินเทอร์ลิงค์ ค่าค่า เช่นเตอร์ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานส่วนงานด้านการออกแบบ (Design) Data Center ในระดับTier III หรือ ที่เรียกว่า Tier Certification of Design Documents Level III ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันว่า มืองค์กรระดับสากลตรวจสอบระบบเพื่อหาจุด Single point of failure (เพื่อที่จะลดความเสี่ยงของระบบที่จะเกิด Downtime) และระบบต่างๆ ของ Data Center สามารถปฏิบัติงานได้เมื่อเกิดปัญหาในจุดใดๆ ของอุปกรณ์ (Concurrently Maintainable) ที่เป็นส่วนสำคัญในการยกระดับ เสถียรภาพ (Reliability) และ ความพร้อมใช้ (Availability) ให้กับ ศูนย์สำรองข้อมูลอินเทอร์ลิงค์ ค่าค่า เช่นเตอร์ ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจในคุณภาพการให้บริการได้ในระดับสากล

## ITEL Campus Knowledge Delivery to School ปีที่ 2 เปิดบ้าน IDC

โลกทุกวันนี้ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลจำนวนมาก ดังนั้นการมีโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมและสามารถรับมือกับปริมาณข้อมูลมหาศาลได้จึงเป็นเรื่องสำคัญ Data Center จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการจัดการยุคดิจิทัล บริษัท อินเทอร์เน็ต ไทยคอม จำกัด (มหาชน) หรือ ITEL จึงได้สานต่อกิจกรรม ITEL Campus Knowledge Delivery to School ปีที่ 2 เปิดบ้าน Interlink Data Center เพื่อส่งเสริมเด็กเก่ง สร้างสรรค์เด็กดีมีคุณภาพ โดยมีคุณชาลี ไชยรัตนศรี ผู้จัดการทั่วไปศูนย์สำรองข้อมูลอินเทอร์เน็ต ค้าต้า เซ็นเตอร์ เปิดบ้านต้อนรับนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พร้อมทั้งให้ข้อมูลและพาเข้าเยี่ยมชมศูนย์สำรองข้อมูลอินเทอร์เน็ต ค้าต้า เซ็นเตอร์ ทำให้น้องๆนักศึกษาได้เรียนรู้ด้านระบบสารสนเทศจากการปฏิบัติงานจริงจากเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญของ ITEL เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการระบบเครือข่าย "เพราะ ITEL เชื่อว่าการเรียนรู้ไม่ได้เกิดขึ้นแค่ในห้องเรียน"



## ITEL ร่วมบรรยายหลักสูตรอบรม "การตรวจจุดชำรุดในสายเคเบิลใยแก้วนำแสง" ประจำปี 2562

หลักสูตรอบรม "การตรวจจุดชำรุดในสายเคเบิลใยแก้วนำแสง" ประจำปี 2562 จัดขึ้นโดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี ร่วมกับ บริษัท อินเทอร์เน็ต ไทยคอม จำกัด (มหาชน) โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมอบรมจำนวนมาก ซึ่งหลักสูตรนี้จัดขึ้นเพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในการเชื่อมต่อสายสัญญาณ สามารถใช้เครื่องมือได้อย่างเหมาะสมและสามารถติดตั้งระบบสายสัญญาณได้อย่างถูกต้อง รวมถึงลงมือปฏิบัติจริงแบบมืออาชีพ จัดขึ้นวันที่ 28 มกราคม 2562 ณ ภูผาผิง รีสอร์ท จังหวัดราชบุรี

## ITEL Surprise Day Chinese New Year 2019

บริษัท อินเทอร์เน็ต ไทยคอม จำกัด (มหาชน) ได้จัด Troop ส่งมอบความสุขในเทศกาลตรุษจีน นำโดยทีมงานฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดเข้าพบปะพูดคุยกับลูกค้า พร้อมด้วยอาหารมวยและเป๊ะฮิมมาสร้างสีสัน ความสนุกสนาน พร้อมมอบสัมมงคล เพื่อความ "มั่งมีศรีสุข สมหวัง ปราศจากตลอดปี" ให้ลูกค้าคนพิเศษของเราเพื่อแทนคำขอบคุณที่ไว้วางใจใช้บริการของอินเทอร์เน็ต ไทยคอม มาอย่างต่อเนื่อง





# Market

**5G** กำลังมา เทรนด์นี้ใคร ๆ ก็ทราบกันดี และหลายคนก็ฝากความหวังไว้ว่า 5G จะนำพาบริการไฮเทค และความสะดวกรวดสบายต่าง ๆ มาสู่ผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นระบบการจราจรอัจฉริยะ, การรักษาทางไกล, ห้างค้าปลีกล้ำๆ หรือการสร้างสมรรถนะที่ทุกอย่างเชื่อมโยงเข้าหากันได้หมด

อย่างไรก็ดี ความไฮเทคของโครงข่ายโทรคมนาคม 5G นี้ไม่ได้ได้มาฟรีๆ ทุกประเทศทั่วโลกทราบดีว่าต้องยอมแลกกับบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งบางส่วนอาจเป็นตัวเงินในการลงทุนโครงข่าย และบางส่วนอาจเป็นพฤติกรรมของคนที่จะเปลี่ยนไป โดยผลสำรวจแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคประจำปี 2562 ของอิริกสัน ซึ่งได้ทำการสำรวจผู้บริโภค 5,097 คนใน 10 เมืองใหญ่ทั่วโลกพบว่า มีแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคจากการมาถึงของ 5G ที่ธุรกิจต้องทราบและเตรียมการรับมือดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคคาดหวังว่าอุปกรณ์ต่างๆ จะมีความอัจฉริยะ และรู้ใจมากขึ้น  
ในสายตาผู้บริโภค อุปกรณ์ยุค 5G จะเปลี่ยนตัวเองจาก Wearable Devices เป็น Awareable Devices แทน โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้นมาจากผู้ช่วยดิจิทัลที่จะลงไปอยู่ในอุปกรณ์เหล่านั้นมากขึ้น และทำให้มันใกล้ชิดกับมนุษย์ในทุกช่วงเวลา ดังนั้นจึงไม่แปลกที่ผู้บริโภคกว่า 60% จะคาดหวังว่า

เจ้าอุปกรณ์ Awareable Devices จะสามารถจับน้ำเสียง หรืออารมณ์ของประโยคได้ว่า เจ้าของกำลังเศร้าอยู่ แล้วสามารถแสดงความเห็นอกเห็นใจ หรือไต่ถามทุกข์สุขกันได้ไม่ต่างจากเพื่อนคนหนึ่ง ความรู้ใจยังไม่หมดแค่นั้น เพราะในกรณีที่ต้องจ่ายบิล ต้องซื้อของเข้าบ้าน ผู้บริโภคก็อยากฝากหน้าที่นี้ให้ผู้ช่วยอัจฉริยะทำแทนด้วยเช่นกัน

2. ผู้บริโภคคาดหวังว่าอุปกรณ์อัจฉริยะต่างๆ จะทำตัวได้เหมือนสมาชิกคนหนึ่งของบ้าน  
ถ้าบ้านที่มีสมาชิกหลายคน อาจไม่ต้องการพีเจอรี่นี้ เพราะแค่การแสดงความคิดเห็นกันเองของคนภายในบ้านก็มากพอแล้ว แต่สำหรับคนโสด หรือครอบครัวที่ไม่มีเด็ก บางทีการที่อุปกรณ์อัจฉริยะสามารถแสดงความคิดเห็น หรือโต้เถียงกันบ้างในบางเวลาก็น่าจะเป็นโมเมนต์ที่ดีเช่นกัน

สิ่งที่การสำรวจชิ้นนี้พบก็คือ 65% ของผู้บริโภคโอเคหากผู้ช่วยอัจฉริยะจะเถียงกันเองบ้าง ซึ่งตัวอย่างอาจเป็น Google Maps เเถียงกับ Apple Maps ว่าขับรถไปทางไหนจะเร็วกว่ากัน หรือ Apple Watch เเถียงกับ Fitbit ว่าการวัดอัตราการเต้นของหัวใจของใครกันแน่ที่วัดค่าได้ถูกต้อง เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบไหน การยอมให้ผู้ช่วยอัจฉริยะได้มีตัวตนในบ้าน ก็อาจเป็นอีกหนึ่งภาพสะท้อนว่า อนาคตคนเราจะอยู่อย่างโดดเดี่ยวมากขึ้นก็เป็นได้

3. ผู้บริโภคอยากใช้ AR/VR เรียนรู้ทักษะใหม่ๆ



# 5G and ng Relate

ในการสำรวจพบว่า 50% ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการแว่น หรือถุงมือที่ทำงานร่วมกับเทคโนโลยี AR/VR โดยเขาจะใช้อุปกรณ์เหล่านั้นฝึกทักษะใหม่ๆ ที่ดาวนโหลดมาจากอินเทอร์เน็ต เช่น สอนงานช่าง หรือสอนทำอาหาร เป็นต้น

4. ผู้บริโภคคาดหวังว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้นักธุรกิจดูแลโลกได้ดีกว่าเดิม

เทคโนโลยีหลายๆ อย่างก็ต้องอาศัยเวลากว่าที่จะเกิดขึ้นได้ เช่น การพัฒนารถยนต์ไฟฟ้าที่ลดการปล่อยก๊าซพิษออกสู่ชั้นบรรยากาศ หรือการพัฒนาเนื้อวัวสังเคราะห์ที่ทำจากผักและให้รสชาติที่ดีไม่ต่างกับเนื้อปกติทั่วไป ดังนั้น โลกในยุคหน้าจะมีเครื่องมือจำนวนมากเข้ามาช่วยปรับพฤติกรรมผู้คน และทำให้เห็นถึงสถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของโลกได้ชัดเจนกว่าเดิม

5. ผู้บริโภคอยากได้ตัวตนดิจิทัล

ไม่ใช่แค่ผู้ช่วยดิจิทัล แต่เป็นการสร้างตัวตนดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี AR หรือ VR เพื่อสร้างภาพตัวแทนเสมือนจริงของผู้บริโภคขึ้นมา และให้ตัวแทนดิจิทัลเข้าร่วมประชุมสำคัญต่างๆ ได้จากระยะไกล โดยที่เจ้าตัวไม่จำเป็นต้องเดินทางไปด้วยตัวเอง ซึ่งมีผู้บริโภคถึง 48% คาดหวังว่าจะได้ใช้งานฟีเจอร์นี้ในอนาคต มีข้อดีใช้ว่าจะไม่มีข้อเสีย โดยการสำรวจพบว่าโลกที่ไฮเทคจ๋า มากขึ้นนั้น อาจทำให้ผู้บริโภคเผชิญ 3 ความท้าทายหลักๆ ดังนี้

1. การขอ content จำนวนมากจากแอปพลิเคชัน หรืออุปกรณ์ต่างๆ (จริงๆ ทุกวันนี้ก็มากอยู่แล้ว) ซึ่งผู้บริโภค 51% บอกว่า ราคาคูที่จะต้องตอบตกลงก่อนถึงจะใช้งานได้

2. ใช้สมองน้อยลง ความอัจฉริยะ – ความอดทนในมิตติ้ง ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมองว่า ผู้บริโภคในอนาคตจะไม่ค่อยได้ใช้ความคิดมากเท่าไรนัก และ 31% มองว่าอาจต้องใช้บริการ Mental Gym สำหรับฝึกคิดกันใหม่เลยทีเดียว

3. อาจเสียความเป็นส่วนตัว หรือถูกสอดแนมโดยผู้ช่วยดิจิทัล หรือแอปพลิเคชันต่างๆ โดยทุกวันนี้ มีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยเชื่อว่า ตนเองถูกลอบเก็บข้อมูลไปอย่างเงียบๆ แม้จะไม่ได้เปิดแอปพลิเคชันใด ๆ ขึ้นมาใช้ก็ตาม

การคาดการณ์ชิ้นนี้ อาจทำให้เห็นภาพของโลกยุคต่อไปที่มนุษย์ถูกอัลกอริทึมเข้ามาขอแบ่งพื้นที่อาศัย และตอบแทนด้วยการอาสาทำงานต่างๆ ให้ โดยมนุษย์อาจต้องแลกกับการถูกสอดแนม หรือการติดตามความเคลื่อนไหวตลอดเวลาผ่านระบบเครือข่าย รวมถึงอาจถูกรุกล้ำความเป็นส่วนตัวผ่านทางแอปพลิเคชันต่างๆ (ที่ขอ Consent เราด้วยเอกสารย่อยๆ จนเราไม่สามารถอ่านได้ไหว) ซึ่งในความท้าทายนี้ เราเชื่อว่า จะมีภาคธุรกิจจำนวนมากที่เห็นโอกาสขยายการเติบโตจากรายงานชิ้นนี้เช่นกัน

ข้อมูลตัวเลขจาก Brand Buffet

### Brown Cafe

เริ่มต้นกันที่ร้านแรก ซึ่งถือว่าพลาดไม่ได้เด็ดขาดนาที่นี้ สำหรับร้าน Brown Cafe สาขา Siam Square One ซึ่งแม้จะเปิดบริการมาได้สักพักแล้ว แต่คิวการต่อแถวซื้อเครื่องดื่มที่นี่ ยังโหดเสมอ บอกเลยว่าต้องมีเวลาพอสมควร! ไข่มุกสีดำร้านนี้อร่อยนะ กลิ่นหอม น้ำตาลทรายแดง หนึบหนับ เคี้ยวสนุก ความหวานที่ 75 คือพอดี ไม่หวานมากเกินไป เพราะในตัวไข่มุกมีน้ำตาลทรายแดงผสมอยู่แล้วด้วย สดชื่นลิ้มความอร่อยไปเลยจ้า

📍 Brown Cafe สาขา Siam Square ชั้น 2 บนร้าน อีฟแอนด์บอย

### Fire Tiger by Seoulcial Club

ใครเป็นสาวกชานมแห่ง Seoulcial Club ชานมที่โด่งดังไปทั่วยุโรป ยกมือขึ้น!!!! อีกหนึ่งร้านที่กำลังมาแรงมากๆ ใจกลางย่านสยาม อีกร้านที่น่าสนใจอยู่ไม่น้อย บอกเลยว่าเมนูใหม่อย่างเมนู Fire Tiger Milk tea ชานมเลิฟไฟฟ์ ดึงงามสุดๆ ทางร้านเลือกใช้นมสดแท้มาผสมกับ black sugar syrup ทำให้เราได้กลิ่นหอมน้ำตาลใหม่อร่อยๆ พร้อมด้วยไข่มุกหนึบหนับ เคี้ยวเพลินแน่นอน

📍 ร้าน Fire Tiger by Seoulcial Club สยามสแควร์ ซ. 3 ใกล้ธนาคารกสิกรไทย



### Sharetea

มาละจ้า ร้านชานมไข่มุกในดวงใจชาวประชาอย่าง Share Tea มาที่ Icon Siam ค่ะตอนนี้คือดีมาก Icon Siam คือรวมร้านเด็ดๆ ไว้ให้ได้มาชิมกันเพียบ ร้านนี้ขอแนะนำเมนูเด็ดๆ อย่าง Tiger Milk Boba เมนูนี้เป็นนมสด ใส่ไข่มุก บรววน้ชูก้า หอมกลิ่นน้ำตาลไหม้ ไข่มุกที่ใส่มาก่อนๆ มาเลย ความดึงามคือเราสามารถเลือกระดับความหวานได้ตามใจชอบ รสชาตินมหอมไม่จืดเกินไป กินคู่กับไข่มุกคือดีดี หนึบๆหนึบๆ ละมุนไปอีก

📍 Icon Siam ชั้น 3 ตรงข้าม Loft



### KOI Thé

ร้านโคอิเตะ ร้านประเทศไต้หวัน สามารถได้เองตั้งแต่ 0 - 120% มากมาย ไม่ว่าจะเป็นชาวัลตินลาเต้ แบล็กทีมีค็อค ฯลฯ แต่จุดเด่นของร้านนี้ธรรมดาจะเป็นสีดำหรือไข่มุกสีทอง หนึบหนับค่ะ จะเป็น Golden Bubble (ทอง) รสชาติอร่อยกันแค่นี้

📍 Siam Square One ชั้น 1

# ช้เข้า ชานม

## ไข่มุกหนึบ เคี้ยวสนุก

### The Alley Thailand

ชานมไข่มุกเจ้าดังจากสาขาแรกในประเทศไทย ใครที่ไข่มุกละก็ จะต้องกรี๊ดจนต้องสงร้านใช้ Brown Sugar ทำให้ทุกและหอมกำลังดี และที่สำคัญความเหนียวและหนึบ เคี้ยวเพลินที่ชอบชาพีช ขอแนะนำ White Tea กลิ่นหอมหวานของพีชเข้า ยังไงต้องมาลองนะคะ

📍 Siam Square One ชั้น 4





นชานมต้นตำรับชื่อดังจาก  
 ผลิตระดับความหวาน  
 ร้านชาที่มีรสชาติให้เลือก  
 เขียว ชานม ชาลาเต้ โอ  
 ชาติ โอวัลตินมัดคิอาได้  
 ้อยู่ที่ไข่มุกคะ ปกติไข่มุก  
 น้ำตาล แต่ของร้านนี้มี  
 ! ส่วนเมนูที่ขายดี เมนูฮิต  
 Milk Tea (ชานมไข่มุกสี



### ATM Tea Bar

ชานมไข่มุกพรีเมียม สุดล้ำไม่เหมือนใคร อร่อย  
 จนต้องไปโดน จุดเด่นของร้านนี้ คือการสั่งเครื่องดื่มแนว  
 ใหม่ ผ่านเครื่องที่ชื่อว่า ATM ด้าน  
 หน้าก่อน แล้วจึงนำไปเสิร์ฟไปยัง  
 หน้าเคาเตอร์อีกครั้ง เมนูแนะนำ  
 อย่าง Taste of Hokkaido เป็นการ  
 ผสมกันระหว่างชาดำที่มีความเข้มข้น  
 ตัดกับความหอมมันและกลมกล่อม  
 ของนมฮอกไกโดได้อย่างลงตัว  
 เสิร์ฟพร้อมกับไข่มุกสูตรเฉพาะที่  
 ไม่มีสีเจือปน แต่อย่างใด



📍 Siam Square ซอย 9 (ตรงข้าม  
 ศูนย์หนังสือจุฬาร)

ไข่มุกเจ้าดัง  
 หนับ  
 ใจไม่ได้!!!

### CHA BAR

ไปต่อไม่รอแล้วนะ ใครที่กลัวว่าชานมไข่มุก  
 จะให้อ้วนล่ะก็ คิดใหม่เลยนะ เพราะครั้งนี้เราจะ  
 พาทุกคนไปรู้จักกับร้าน CHA BAR ชานมไข่มุกร้าน  
 ใหม่ ที่ใส่ใจสุขภาพ เพราะไข่มุกที่นี่ ทำมาจากข้าว  
 ไรซ์เบอร์รี่ บอกแล้วว่ามันดี! แกมชานมก็มีรสชาติ  
 หวานน้อย กำลังดีอีกด้วย เมนูชิกเนเจอร์อย่าง  
 Classic CHA + Boba ชานมไข่มุกแบบคลาสสิก  
 เสิร์ฟพร้อมไข่มุกข้าวไรซ์เบอร์รี่ กินแล้วไม่รู้สึกผิด



📍 อาคาร สีลม 64 BTS ศาลาแดง Exit 1

nd  
 ได้วัน! พร้อมเสิร์ฟแล้วกับ  
 เป็นสาวกชานม  
 ิบแน่นอน ทาง  
 ญูได้ความหวาน  
 ูไข่มุกของที่นี่มี  
 มาก สำหรับใคร  
 Peach Oolong  
 กันได้ดีกับใบชา



### BRIX dessert bar

ยังไหวกันอยู่หรือเปล่า ? ไปกันต่อที่  
 ร้าน BRIX dessert bar หลังจากที่กระแสชานม  
 ไข่มุกกำลังมาในขณะนี้ ทางร้านเลยออก  
 เมนูใหม่ล่าสุด อย่างเมนู BLACK SUGAR  
 BUBBLE MILK TEA ทางร้านเลือกใช้ ชาดำ  
 Twinings English Breakfast มาชงเขี่ยวนะ  
 บอกเลยว่า กลิ่นชานี้หอมมาตั้งแต่ยังไม่ทัน  
 เข้าไปภายในร้านเลยละ ส่วนไข่มุกก็เคี้ยว  
 กับน้ำตาลออร์แกนิก หนึบหนับ ฟินไม่รู้ลืม



📍 Siam paragon ชั้น G



ร่วมส่งคลิปวิดีโอ  
ซึ่งรางวัลมูลค่ากว่า

40,000

และเข้าร่วมกิจกรรมกับมูลนิธิฯ  
2 วัน 1 คืน

# เปิดรับสมัคร ต้นกล้าความดีของสังคม

## มูลนิธิอินเตอร์ลิงค์หัวใจ ขอเชิญประกวดไอเดียความดี

ขอเชิญน้องๆ ม.ปลายหรือเทียบเท่า ประกวดโครงการจิตอาสา และคลิปวิดีโอ  
ในหัวข้อ “ต้นกล้าความดีของสังคม”  
ความยาวคลิปวิดีโอไม่เกิน 3 นาที

เปิดรับสมัครตั้งแต่บัดนี้จนถึงวันพฤหัสบดีที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562  
กรอกใบสมัครออนไลน์ได้ที่  <https://goo.gl/forms/QFGLJSmHsYTnAvPO2>

เปิดรับผลงานตั้งแต่ วันที่ 1-20 มีนาคม 2562  
วิธีส่งผลงาน  
ขั้นตอนที่ 1 อัปโหลดผลงานลง Youtube  
ขั้นตอนที่ 2 ส่งลิ้งค์ผลงานและไฟล์โครงการ (PDF)  
มาที่ E-mail : [csr@interlink.co.th](mailto:csr@interlink.co.th)  
ขั้นตอนที่ 3 รอรับการติดต่อกลับทาง E-mail  
(กรณีไม่ได้รับ E-mail ตอบกลับกรุณา โทร 02-666-1111 ต่อ 210)



ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่  
Facebook Fanpage : มูลนิธิอินเตอร์ลิงค์หัวใจ  
โทร. 02-666-1111 ต่อ 210 E-mail : [csr@interlink.co.th](mailto:csr@interlink.co.th)





# "ปฏิทินเก่า เราให้น้อง"



## มูลนิธิอินเทอร์เน็ตสังคมไทย

ร่วมกับคณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสื่อกลางในการส่งมอบปฏิทินเก่า ให้กับโรงเรียนสอนคนตาบอด

โดยมี ดร.ชลิดา อนันตรัมพร ประธานมูลนิธิอินเทอร์เน็ตสังคมไทย เดินทางไปส่งมอบให้กับเจ้าหน้าที่คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้วยตนเองโดยปฏิทินตั้งโต๊ะดังกล่าวได้รับบริจาคมาจากพนักงานกลุ่มบริษัทอินเทอร์เน็ต และโรงเรียนทางสอนคนตาบอดยังคงต้องการปฏิทินเก่าเหล่านี้เป็นอย่างมาก เพื่อนำไปทำเป็นบัตรคำอักษรเบรลล์สำหรับจัดทำสมุดอักษรเบรลล์และสื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ โดยสามารถบริจาคเข้ามาได้ที่ มูลนิธิอินเทอร์เน็ตสังคมไทย 48 อาคารอินเทอร์เน็ต ซ.รุ่งเรือง ๓, รัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

# สิทธิประโยชน์ กรณีทันตกรรม ที่ผู้ประกันตนจะได้รับ

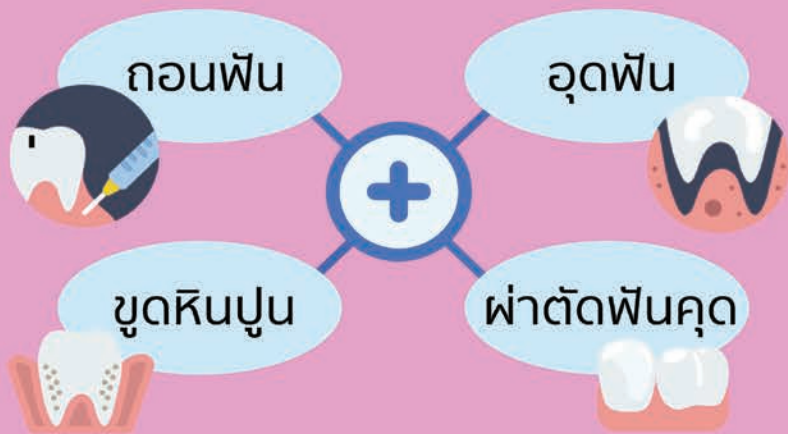
สถานพยาบาลแห่งนี้ให้บริการผู้ประกันตน กรณีทันตกรรม

**“ทำฟัน”**  
ไม่ต้องสำรองจ่าย

เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 เป็นต้นไป

ผู้ประกันตนโรสิทธิ กอนฟัน อุดฟัน ขูดหินปูน ละผ่าฟันคุด  
ในอัตรา 900 บาทต่อปี

สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน  
www.sso.go.th โทร. 1506



ค่าบริการทางการแพทย์  
เท่าที่จ่ายจริง ปีละไม่เกิน  
**900 บาท**

\*\*ไม่ต้องสำรอง หากเข้ารับบริการ ณ สถานพยาบาลที่ทำข้อตกลง

\* ค่ารักษาส่วนเกินผู้ประกันตนต้องรับผิดชอบ

## กรณีใส่ฟันเทียมชนิดถอดได้



### ใส่ฟันเทียมถอดได้บางส่วน

เท่าที่จ่ายจริง  
ตามความจำเป็นไม่เกิน  
1,500 บาท ภายในเวลาไม่เกิน 5 ปี

### ใส่ฟันเทียมถอดได้ทั้งปาก

เท่าที่จ่ายจริง  
ตามความจำเป็นไม่เกิน  
4,400 บาท ภายในเวลาไม่เกิน 5 ปี



ติดต่อสอบถามประกันสังคม สายด่วน 1506  
ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [www.sso.go.th](http://www.sso.go.th)



# INTERLINK Walk In Interview Day



**วันเสาร์ที่ 2 มีนาคม 2562**

**เวลา 08.00 - 15.00 น.**

**ณ อาคารอินเทอร์เน็ตลิงค์ (สำนักงานใหญ่)**

**รับสมัคร/สัมภาษณ์ทันที การเดินทาง: MRT สถานีสุทธิสาร (ทางออก 2)**



## ตำแหน่งงานที่รับสมัคร

### บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

#### ประจำสำนักงานใหญ่ (รัชดาภิเษก)

- ผู้จัดการแผนกการเว็บ
- ผู้จัดการส่วนการขาย
- ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกบัญชี
- วิศวกรฝ่ายขายโครงการ
- วิศวกรฝึกอบรม
- Customer Training Coordinator
- Senior Product & Technical Support
- พนักงานฝ่ายขาย
- พนักงานการตลาด Event
- พนักงานลูกค้าสัมพันธ์
- พนักงานดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง
- เจ้าหน้าที่ประสานงาน (ภาษาจีน)
- พนักงานจัดซื้อต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ)
- พนักงานบัญชี
- พนักงานการเว็บ
- พนักงานธุรการ

#### ประจำ R&D Center กาญจนภิเษก 5/5 เขตบางเขน

- ผู้จัดการส่วนลูกหนี้และสินเชื่อ
- เลขานุการ ฝ่ายขาย
- พนักงานคลังสินค้า
- พนักงานขับรถส่งสินค้า
- พนักงานติดรถส่งสินค้า
- ช่างประกอบ

#### ประจำ ภาคตะวันออก สาขาระยอง

- ผู้ช่วยผู้อำนวยการภาคตะวันออก
- Product & Technical Support Engineer
- เลขานุการ ฝ่ายขาย
- พนักงานส่งสินค้าและเก็บเงิน

#### ประจำ ภาคอีสาน สาขาขอนแก่น

- ผู้อำนวยการภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- วิศวกรฝ่ายขาย

#### ประจำ ภาคใต้ สาขาหาดใหญ่

- ผู้อำนวยการภาคใต้
- พนักงานฝ่ายขาย (ภูเก็ต)

### บริษัท อินเทอร์เน็ต เพาเวอร์ แอนด์ เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด

#### ประจำ ไซต์งานสนามบินสุวรรณภูมิ

- Administrator (พนักงานธุรการ)
- Civil Engineer (วิศวกรโยธา)
- Electrical Engineer (วิศวกรไฟฟ้า)
- พนักงาน/วิศวกรเขียนแบบ AutoCAD



**สแกน QR Code เพื่อลงทะเบียนเข้าร่วมงาน INTERLINK Walk In Interview Day**

**ติดต่อ สอบถาม**



02-666-1111 ต่อ 240 คุณวสิพร, 205 คุณกิตติเมศร์, 221 คุณชโลธร



personnel@interlink.co.th jobs.interlink.co.th (เพื่อกรอกใบสมัครออนไลน์)



HR INTERLINK



@interlink-careers มี “@” ด้วยนะคะ

# สายสัญญาณ มาตรฐานอเมริกา



1 LAN (UTP CABLE)

2 SMART OUTLET

3 FIBER OPTIC CABLE

4 FTTH & F.O. CONNECTOR

5 COAXIAL (CCTV CABLE)

6 TELEPHONE CABLE

7 SECURITY & CONTROL CABLE

8 TOOLS & TESTERS

9 PoE SWITCHES & MEDIA CONVERTER

10 SFP, SFP+ FOR ROUTER

11 VIDEO CONVERTER

12 FIBER AIR BLOWN SOLUTION

13 19" LINK RACK

14 19" GERMANY EXPORT RACK



UTP (LAN)



FIBER OPTIC



กล่องวงจรปิด



สนใจสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[www.interlink.co.th](http://www.interlink.co.th)

Tel 02 666 1111 (100 lines)