

กรุงเทพธุรกิจ Biz Movement

● เพราะเป็นเรื่องใหญ่ที่จะมีการเปลี่ยนแปลงระบบวัดเรตติ้งทางโทรทัศน์ใหม่ ปลายสัปดาห์ก่อน กสทช.เลยเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาร่วมประชุมรับฟังแนวทางและวิธีการสำรวจความนิยมช่องรายการโทรทัศน์ หรือเรตติ้งจาก 3 ค่าใหญ่ทั้ง **พีเอสไอ นิลเซ็น เอ็มอาร์ดีเอ** ที่ซึ่งค่าเป็นตัวแทนการทำวิจัยเรตติ้ง ตอนนำเสนอระบบเรียงลำดับการจับผลจาก แต่บอกเลยว่า มีประเด็นให้ขยายกันเยอะมาก

● แม้จะทำเรตติ้งมาระยะใหญ่ ครั้น **สมพร ธีระโรจนพงษ์** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท พีเอสไอ โฮลดิ้ง จำกัด ขึ้นนำเสนอระบบการวัดเรตติ้งให้เจ้าของสื่อ กสทช. เอเยนซี ฟัง เลยถูกซักเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่อง “รายได้” ของผู้ชมเป็นอย่างไร ก่อนที่ “สมพร” จะตอบรายละเอียดให้รู้ โดยอธิบายความสำคัญในการทำเรตติ้ง แต่ท้ายที่สุดก็ต้องยอมรับว่ายังเก็บข้อมูลไม่ครอบคลุมงานนี้ถือว่าได้การบ้านกลับไปพัฒนาบบอีกพอสมควร

● เป็นบริษัททำเรตติ้งระดับโลก ทันทีที่ยกทีมเข้ามา นำเสนอระบบทำเรตติ้งใหม่ ออรั่มมาเต็มมาก ยิ่งกว่านั้นเวลาที่ **สินธุ์ เกียรติรัตน์** กรรมการผู้จัดการธุรกิจมีเดีย นิลเซ็น ประเทศไทย, เวียดนาม, และเมียนมา ยังจะฉาน ตอบคำถามเอเยนซีได้เป็นฉากๆ แต่ที่ต้องย้ำว่าจะใช้บริการเรตติ้งเจ้าไหน “สินธุ์” บอกให้ฟังกันชัดๆว่า เม็ดเงินโฆษณาทีวีราว 7 หมื่นล้านบาท ราว 60% มาจากอินเทอร์เน็ต แล้วยาวจะควักเงินลงสื่อไหน จะพิจารณาตัวเลขที่เป็น “สากล” และ “เป็นที่ยอมรับ” ฟังแล้วเจ้าของสื่อเอเยนซี คงเก็บไปคิดกันอีกทอด

● เปิดหน้ากขขนาดนี้ **วรรณิ รัตนพล** อุปนายกสมาคมวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อ (ประเทศไทย) หรือ MRDA ที่ก่อนจะยก

ระบบทำเรตติ้งใหม่มาแนะนำเสนอ ก็ขอให้ความถึงที่มากกว่าการตั้งสมาคมฯก่อน แม้จะร้ายยาวหน่อย แต่บทสรุปสั้นๆคือที่ผ่านมาเอเยนซีเจ้าของสื่อไม่ Happy กับการวัดเรตติ้งของเจ้าเดิมนั้นแหละ เมื่อไม่แฮปปี้ก็ขอกลับมาทำเองซะเลย แม้ผ่านมาหลายปีแล้วยังไม่เห็นภาพชัด ทว่ารอบนี้ ปี 2564 ได้เกิดแน่ๆ แต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไข “ถูกเลือก” จากองค์กรกลางให้เป็นคนทำเรตติ้งใหม่ก่อนนะ

● งานนี้ที่ถูกถล่มถ้ามหนัก คงยกให้ “นิลเซ็น” ทั้งเรื่องราคาค่าบริการในอนาคต สูตรคำนวณ ผู้ตรวจสอบ(อดีต) ฯ

สารพัดคำถามก็ว่าได้ แต่ที่น่าสนใจจกหนึ่งไม่พ้น “ฝ่ายตั้งคำถาม” เพราะไม่ใช่ใครที่โหน ก็เป็นคนคุ้นหน้าค่าตากันทั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็น **ไตรลจัน นวะมรัตน์** นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) **กนกกาญจน์ ประจงแสงศรี** กรรมการผู้จัดการฝ่ายข้อมูลและการวิเคราะห์ ไอพีจี มีเดีย แบรินดส์ ประเทศไทย เป็นต้น ทำให้เห็นศึกชิงการทำเรตติ้งครั้งนี้ น่าจะเห็นภาพอะไรบางอย่างไม่น้อย

● ไม่ใช่ว่าจะออกงานบ่อยๆ แต่เรื่องไหนสำคัญเมื่อไหร่ แวดวงคนทำทีวี

เอเยนซีจะได้เห็นหน้า **ประวิทย์ มาลีนนท์** อดีตแม่ทัพใหญ่ช่อง 3 ปรากฏตัวอย่างแน่นอน และการประชุมทำเรตติ้งใหม่ก็ไม่พลาดงานนี้ “ประวิทย์” ไม่ได้แค่มาฟัง ยังตั้งคำถาม เสนอแนะให้กสทช. ผู้เสนอทำเรตติ้ง แต่ที่เด็ดสุด เห็นจะเป็นการ “ของบ” เพิ่มเติมจากกสทช. ให้ควักเงินอีก 800 ล้านบาท มาจ่ายค่าบริการเรตติ้งให้กับทีวีดิจิทัลทุกช่องเป็นเวลา 10 ปี ตามระยะเวลาใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัล(ไลเซนส์)ที่เหลือหน่วย เหตุผลไม่ใช่อะไรที่ขอ **“เพราะที่ผ่านมารายได้ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลลดเหลือ 1 ใน 3 จากที่เคยทำได้”** การขอครั้งนี้ไม่ใช่ในนามช่อง 3 หรือ บีบีซี เวิลด์นะ แต่พูดในฐานะคนอยู่ในวงการมาร่วม 49 ปี ...รับทราบตามนั้นไหม ไปพิจารณากันดู



วรรณิ รัตนพล

นีลเส็น-MRDA ลุ้น 'กสทช.' เคาะเงินอุดหนุนวัดเรตติ้ง

กสทช.เตรียมเคาะเงินประเดิมอุดหนุนระบบเรตติ้งวีดิทัศน์ใหม่ พากสมาคมทีวีดิจิทัล-เอเยนซี หนุน MRDA หวังปลดแอก "นีลเส็น" พาก "นีลเส็น" ยังมั่นใจศักยภาพเร็วสุด-ดีสุด ขณะที่ "ประวิทย์" อ้อยของบฯอุดหนุนเพิ่มจาก กสทช.

นายจตุกร ต้นทสิทธิ์ เลขานุการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า ภายในต.ค.นี้ จะสรุปแนวทางสนับสนุนการทำระบบสำรวจความนิยมรายการทีวี ตามคำสั่ง คสช. ที่ 4/2562 ได้

โดยเตรียมจัดประชุมคณะอนุกรรมการกำหนดวิธีการและเงื่อนไขการชดเชยตามคำสั่ง คสช. ที่ 4/2562 เพื่ออนุมัติวงเงินที่จะสนับสนุน

"ณ เวลานี้ยังไม่ได้สรุปว่า จะเลือกสมาคมวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อ (MRDA) เป็นผู้ทำระบบเรตติ้ง และยังไม่ได้กำหนดว่าจะใช้วงเงินเท่าไร แต่จะไม่เกิน 430 ล้านบาท หลักการคือ กสทช.มอบเงินประเดิมให้สมาคมผู้ประกอบการ เพื่อไปตัดสินใจเลือกว่าจะใช้ระบบของใคร แต่ทุกการเบิกจ่าย กสทช.จะต้องเป็น

คนอนุมัติ และติดตามการใช้จ่ายเงิน โดยหวังว่าระบบใหม่จะเริ่มใช้งานได้ ใน 3-4 เดือน แต่ถ้าไม่ทันทางสมาคมจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ รวมถึงต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการสร้างความน่าเชื่อถือของระบบด้วย"

ด้านนายสินธุ์ เกตุราชรัตน์ ที่ปรึกษาอาวุโส บริษัท เดอะ นีลเส็น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า หาก กสทช.จะสนับสนุนงบประมาณจัดทำระบบเรตติ้งที่ 430 ล้านบาท เบื้องต้นประเมินว่าจะเพียงพออุดหนุนได้ 5 ปี ซึ่งสมาชิกทั้งผู้ประกอบการทีวีและมีเดียเอเยนซีจะได้ประโยชน์จากการจ่ายค่าบริการในอัตราที่น้อยลง

"นีลเส็นมั่นใจว่าจะได้งานนี้แน่นอน เพราะมีประสบการณ์ในการให้บริการนาน ซึ่งถ้าเลือกใช้ระบบของเราก็จะพร้อมใช้งานได้เร็วสุด ประหยัดสุด และน่าเชื่อถือที่สุด ซึ่งตอนนี้ประเมินว่ายังไม่มียารายอื่นที่มีศักยภาพเทียบเท่า ทั้งหากจะลงทุนใหม่ต้องใช้เวลาอย่างน้อย 2 ปี ส่วนปัญหาที่ผู้ประกอบการกังวลเรื่องความน่าเชื่อถือในกลุ่มตัวอย่าง และระบบสำรวจของนีลเส็น ทางบริษัทยินดีให้มีหน่วยงานเข้ามาตรวจสอบได้

แต่คงไม่จ้างเอง เพราะจะยิ่งทำให้ไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งโดยปกติแล้วการตรวจสอบให้ครบทั้งระบบจะใช้งบประมาณราว 4 ล้านบาท ใช้เวลาราว 6 เดือน"

พร้อมย้ำว่า ยิ่งการเข้าถึงคอนเทนต์ของผู้บริโภคทำได้หลากหลายขึ้น การมีระบบวัดเรตติ้งที่แม่นยำยิ่งจำเป็น เพื่อให้แต่ละแบรนด์เห็นได้ชัดว่า กลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ไหน และตัดการนับซ้ำของ eyeballs (จำนวนคนที่มองเห็น)

ขณะที่นายประวิทย์ มาลีนนท์ อดีตผู้บริหารช่อง 3 กล่าวว่า ในฐานะที่อยู่ในวงการมานาน การคัดเลือกระบบเรตติ้งควรเป็นหน้าที่ของคนที่ใช้ตัวเลขมากที่สุด คือ มีเดียเอเยนซี เพื่อให้ได้รายละเอียดที่ต้องการจริง ๆ ทั้งยังระบุว่าอุตสาหกรรมมีเดียขณะนี้เปลี่ยนแปลงไปมาก ผู้ประกอบการช่องทีวีได้รายได้จากการโฆษณาเหลือแค่ 1 ใน 3 จากเดิม ฉะนั้นการแบกภาระค่าใช้จ่ายด้านเรตติ้งก็ควรจะเปลี่ยน

"ก่อนประมูลทีวีดิจิทัลทุกช่องเข้าใจว่า กสทช.จะเป็นคนดูแลการจัดทำเรตติ้ง ตอนนี้ทุกคนหมดสภาพแล้ว เพราะช่องหนึ่งต้องจ่ายค่าเรตติ้ง 8 ล้านบาทต่อปี เมื่อประเมินจาก 15 ช่องที่เหลือ

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachat Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,000

Section: การตลาด/ไอซีที

วันที่: จันทร์ 29 - พุธ 31 กรกฎาคม 2562

ปีที่: 42

ฉบับที่: 5170

หน้า: 20(ล่าง)

Col.Inch: 48.97

Ad Value: 48,970

PRValue (x3): 146,910

คลิป: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: นีลเส็น-MRDA ลุ้น 'กสทช.' เคาะเงินอุดหนุนวัดเรตติ้ง

อยู่คร่าว ๆ ก็ต้องใช้ปีละ 120 ล้านบาท
ถ้า กสทช. จะรับภาระตรงนี้ได้เลยไหม
เงินไม่ได้มาก เงินที่ได้จากการประมูล
คลื่น 700 MHz ก็ยังเหลือ และ กสทช.
คุ้มแน่นอน เพราะข้อมูลส่วนนี้ กสทช.
ก็นำไปใช้ประโยชน์ได้ แม้แต่ในแง่
ความมั่นคง”

แหล่งข่าวในวงการมีเดียเอเยนซี
เปิดเผยว่า ทางสมาคมผู้ประกอบการทีวี
ดิจิทัลน่าจะเลือกใช้ระบบของ MRDA
เพราะเป็นการปลดแกระบบเดิมของ
นีลเส็นที่ใช้มากกว่า 30 ปี ซึ่งถูกมองว่า
ค่อนข้างกตัญญู และมีข้อกังขาเรื่องจำนวน
ตัวอย่างในการสำรวจที่สามารถสะท้อน
ความนิยมที่แท้จริงได้แค่ไหน ขณะที่ทาง
MRDA ชูแนวคิดไม่แสวงหากำไร และ
ทุกคนเป็นเจ้าของข้อมูล

“แนวคิดของ MRDA จึงแก้จุดบอด
ที่เกิดในอุตสาหกรรมมาเกือบ 30 ปี ที่
นีลเส็นให้ข้อมูลจำกัด คิดค่าบริการแพง
และขึ้นราคาทุกปี หากจะขอข้อมูลอะไร
เพิ่มก็คิดเงินหมด และที่สำคัญ คือ
MRDA ประกาศว่าสามารถเข้าตรวจสอบ
สอบได้ตลอดเวลา ต่างจากรายเดิมที่
การตรวจสอบล่าสุดคือเมื่อ 10 กว่าปี
ก่อน”

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachat Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: การตลาด/ไอซีที
วันที่: จันทร์ 29 - พุธ 31 กรกฎาคม 2562
ปีที่: 42 ฉบับที่: 5170
Col.Inch: 8.81 Ad Value: 11,893.50
คอลัมน์: ฮอตไลน์

หน้า: 20(ซ้าย)
PRValue (x3): 35,680.50
คลิป: สีสี่

ฮอตไลน์

👉 เรียกเสียงตบมือเกลียวกราว จากตัวแทนช่องทีวีดิจิทัล เมื่ออดีตบีบอสช่อง 3 “ประวิทย์ มาลีนนท์” อ้อนขอ “กสทช.” อุดหนุนค่าใช้จ่ายรายปีที่แต่ละช่องต้องจ่ายให้กับบริษัททำเรตติ้ง เพิ่มเติมจากที่ ม.44 สั่งให้ทุนประเดิมทำระบบแล้ว แถมยังมองอนาคตให้ด้วยว่า ดิจิทัลดีสร์ปต์

รอบต่อไป เอเย่นซีโฆษณา และบริษัททำเรตติ้ง “เจ็บบั๊ก” แน่นนอน จากที่เคยได้ค่า Fee ก็จะเป็นงาน Free

👉 ฟาก “ฐานร ตันทลธิธิ” เลขาธิการ กสทช. ย้ำชัดๆ อีกครั้งว่า 7 ช่องทีวีที่ได้เงินเยียวยาจากการคืนช่องไปแล้ว กรุณาอย่า “ปลดพนักงานเยอะ” แค่นี้ผมก็ได้จดหมายร้องเรียนทุกวัน

ได้เวลาปฏิรูป
จัดเรตติ้งทีวีไทย
เน้น 'น่าเชื่อถือ'



ได้เวลาปฏิรูป จัดเรตติ้งทีวีไทย เน้น 'น่าเชื่อถือ'

เป็นความพยายามมาหลายสิบปี เพื่อผลักดันการปฏิรูปการ
สำรวจอันดับความนิยมของช่องรายการโทรทัศน์ (เรตติ้ง)
ให้เกิดความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ (อ่านต่อหน้า 11)

ต่อจากหน้า 1

ไล่เสียงมาตั้งแต่สมัยยังมีสถานีโทรทัศน์
ไอทีวี เชื่อว่าตนเองได้รับผลกระทบจากความ
ไม่เป็นธรรมในการสำรวจเรตติ้งของบริษัท
สำรวจเรตติ้ง หรือบริษัท เดอะ นีลเส็น คอม
ปะนี (ประเทศไทย) จำกัด เจ้าตลาดสำรวจเรต
ติ้งในประเทศไทย

ตอนนั้นระบุว่าเรตติ้งของไอทีวีอยู่ในระดับ
ต่ำแม้ว่าจะมียอดคนดูสูง กระทั่งทยอย
โฆษณา เนื่องจากบริษัทเอเยนซีโฆษณา มักจะใช้
วิธีประเมินจากเรตติ้งคนดูในการซื้อสื่อโฆษณา

ไอทีวีจึงใช้รายการถอดรหัสเพื่อรายงาน
ข้อมูลและวิธีการวัดเรตติ้งคนดูของบริษัท
สำรวจเรตติ้งว่ายังไม่ได้มาตรฐาน ในแง่ของ
กลุ่มตัวอย่างนำมาวัดผล แต่สุดท้ายมีการเจรจา
ผ่านผู้บริหารระดับสูงก็ยอมตกลงกันไป

ในยุคทีวีดิจิทัลมีจำนวนช่องรายการ
โทรทัศน์เกิดขึ้นมาก รวมทั้งการบริโภคเนื้อหา
รายการโทรทัศน์ผ่านช่องทางอื่นๆ ของผู้บริโภค
ทำให้มีการผลักดันให้เกิดการปฏิรูปการสำรวจ
เรตติ้งอีกครั้ง

มีการจัดตั้งสมาคมวิจัยเพื่อพัฒนา
สื่อ (ประเทศไทย) หรือเอ็มอาร์ทีเอ เป็น
องค์กรที่ไม่แสวงหากำไรจากการรวมตัว



ของเจ้าของช่องรายการโทรทัศน์โฆษณา
เอเยนซี และแต่งตั้งให้ บริษัท กันตาร์ มีเดีย
เป็นตัวแทนวัดเรตติ้งผ่านมัลติแพลตฟอร์ม
ทั้งโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์
แท็บเล็ต เป็นต้น

แต่ในที่สุดก็ได้มีการยกเลิกสัญญากันไป
ด้วยบริษัทกันตาร์มีเงื่อนไขสัญญาเพิ่มเติม
และหวังว่าจะเกิดการขาดทุนสะสม ทำให้การ
ปฏิรูปการสำรวจเรตติ้งของไทยยังไม่คืบหน้า
ไปแต่อย่างใด

ปัจจุบันบริษัทสำรวจเรตติ้งให้บริการใน
ประเทศไทยมีอยู่ 3 เจ้าใหญ่ คือ บริษัท
เดอะนีลเส็นฯ ครองตลาดการสำรวจเรต
ติ้งยาวนานกว่า 30 ปี สำหรับช่องทีวีดิจิทัล
และแพลตฟอร์มบริการสื่อสารและแพร่ภาพ
และเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (โอทีที) บริษัท
พีเอสไอ บรอดคาสต์ จำกัด สำหรับทีวี
ผ่านดาวเทียม และความร่วมมือสำนักงาน
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(กสทช.) กับ บริษัท ซุปเปอร์ บรอดแบนด์
เน็ตเวอร์ค จำกัด สำรวจอันดับดิจิทัล
เรตติ้ง ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ของบริษัท
แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
หรือเอไอเอส ได้แก่ เพลย์มีอ็กซ์ เอไอเอสเพลย์
ส่วนเอ็มอาร์ทีเอยังไม่ได้เริ่มดำเนินการ

อย่างไรก็ตาม ความหวังการปฏิรูปการ
สำรวจเรตติ้งถูกปลุกขึ้นมาอีกครั้งด้วยอำนาจ
ของ ม.44 ของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ
(คสช.) โดย กสทช.ได้ออกมาตรการช่วยเหลือ
ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและกิจการโทรคมนาคม
รวมทั้งมีการประกาศหลักเกณฑ์ วิธีการและ
เงื่อนไขการจัดสรรเงินในการสำรวจความนิยม

ช่องรายการโทรทัศน์ (ทีวีเรตติ้ง) ตามคำสั่ง
คสช.4/2562 เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2562
ที่ผ่านมา โดยมีการให้ "เงินขวัญถุง" เป็น
ทุนประเดิมภายใต้กรอบวงเงินไม่เกิน 431
ล้านบาท จากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการ
กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)
ให้กับองค์กรกลางสำรวจเรตติ้ง ถือเป็นองค์กร
กลางจากการรวมกลุ่มของช่องทีวีดิจิทัลที่
เหลืออยู่หลังจากการคืนช่อง จะต้องมีส่วน

และกรรมการไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 จะต้องเป็นผู้แทนจากช่องทีวีดิจิทัล

สัปดาห์ที่ผ่านมา “**ฐากร ตันนทสิทธิ์**” เลขาธิการ กสทช. ได้เชิญผู้แทนสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ผู้ประกอบการกิจการโฆษณาเอเยนซี เจ้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตเนื้อหารายการ และผู้สำรวจเรตติ้งในประเทศไทย ได้แก่ เอ็มอาร์ดีเอ บริษัทเดอะนิลเส็นฯ บริษัทพีเอสไอฯ บรอดคาสต์ จำกัด กลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อสื่อรายใหญ่ อาทิ บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทยโฮลดิ้ง จำกัด บริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบิล แมนูแฟคเจอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด บริษัท ลอรีอัล (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัท โคคา โคล่า (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด บริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรตติ้ง จำกัด เป็นต้น

กลุ่มผู้ผลิตเนื้อหารายการรายใหญ่ ได้ร่วมประชุมรับฟังแนวทางและวิธีการสำรวจเรตติ้ง พร้อมทั้งหารือเพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลเรื่องเรตติ้งในไทย

“ภายในเดือนตุลาคม 2562 สมาคมผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล จะมีการจัดตั้งองค์กรกลางเกี่ยวกับการสำรวจเรตติ้งที่เหมาะสม และน่าเชื่อถือ เพื่อเสนอรายชื่อให้กับ กสทช. และ กสทช. มีหน้าที่ในการกำกับดูแลการจัดสรรเงินให้องค์กรกลางถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์” นายฐากรกล่าว

ขณะที่ความเห็นจากผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล “**สุภาพ คลี่ขจาย**” นายกสมาคมผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล กล่าวว่า สมาคมได้หารือร่วมกันในสมาคมผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลอีกครั้ง โดยจะพิจารณาคัดเลือกผู้สำรวจเรตติ้งจาก 2 ปัจจัย คือ เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และมีการจัดทำข้อมูลที่เอเยนซีจะเลือกใช้ในการวางแผนซื้อสื่อโฆษณา

ด้าน “**ประวิทย์ มาลีนนท์**” กรรมการและอดีตกรรมการผู้จัดการ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ให้ความเห็นว่า

การสำรวจเรตติ้ง เป็นตัวช่วยหนึ่งที่มีความสำคัญทำให้ผู้ประกอบการที่เหลืออยู่ยังอยู่ได้ตลอดรอดฝั่ง และเป็นการสะท้อนข้อเท็จจริงในการสำรวจเรตติ้งที่ถูกต้องและเป็นธรรม หลังจากที่จัดตั้งองค์กรกลางสำรวจเรตติ้งแล้ว ถ้าเป็นไปได้อยากให้ กสทช. เป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการสำรวจเรตติ้งให้กับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลด้วย เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลที่เหลืออยู่รอดต่อไปได้ เพราะทีวีดิจิทัลที่เหลืออยู่ต้องแบ่งภาระค่าใช้จ่ายรายละ 8 ล้านบาทต่อปี รวม 15 ช่อง เป็นเงิน 120 ล้านบาทต่อปี และหากคำนวณจากอายุใบอนุญาตที่เหลืออยู่ 10 ปี ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลแต่ละรายต้องแบ่งภาระค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นเงิน 80 ล้านบาท

ศิษย์สำคัญสำหรับการสำรวจเรตติ้ง “**ลิขเรศ ศิลภาคนต์**” นักวิชาการอิสระด้านสื่อดิจิทัลและสื่อใหม่ มองว่า องค์กรกลางที่จัดตั้งขึ้นต้องทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ใ่วางใจ และการยอมรับจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ บริษัทเจ้าของสินค้าและบริการ บริษัทโฆษณาเอเยนซี และผู้ประกอบการที่ผลิตคอนเทนต์ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ใ่วางใจ และการยอมรับจะต้องทำให้เกิดความชัดเจนเรื่องกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง เพราะปัญหาที่ผ่านมามีการถกเถียงเรื่องนี้กันเป็นจำนวนมาก รวมทั้งต้องมีอุปกรณ์การสำรวจเรตติ้งเป็นมาตรฐาน พัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลให้สอดคล้องกับการสำรวจเรตติ้งที่ปัจจุบันเป็นมัลติแพลตฟอร์ม

นายลิขเรศกล่าวย้ำอีกว่า การที่มี 4.4 ออกมาผลักดันให้เกิดองค์กรกลางสำรวจเรตติ้งถือว่าเป็นเรื่องที่ดี เพราะปีนี้และปีหน้าผู้ประกอบการโทรคมนาคมได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่และจะมีการเดินหน้าลงทุน 5จี หากไม่มีการสำรวจเรตติ้งที่มีความน่าเชื่อถือจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา 5จี และโอทีที ของไทย รวมทั้งทิศทางของทีวีดิจิทัลอาจจะไม่ชัดเจนได้ ในส่วนของบริษัทเจ้าของสินค้าและบริการ บริษัทโฆษณาเอเยนซี ต้องวางแผนการใช้เม็ดเงินไปในช่องทางต่างๆ เพื่อ

ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

“ความสำคัญของการสำรวจเรตติ้งนอกจากจะเป็นตัวชี้วัดเม็ดเงินโฆษณาของช่องทีวีดิจิทัลต่างๆ แล้ว ยังมีความเกี่ยวโยงในเรื่องเศรษฐศาสตร์การเมือง เพราะหากพิจารณาบริษัทรายใหญ่เป็นผู้ผลิตและเจ้าของสินค้า ล้วนมาจากฝั่งยุโรป หรือสหรัฐฯ จึงไม่แปลกบริษัทเหล่านี้จะมีการเลือกใช้ข้อมูลสำรวจเรตติ้งจากบริษัทที่มีมุมมองเดียวกัน จึงเกิดรูปแบบว่าใครใคร่ซื้อข้อมูลของบริษัทไหนก็ซื้อเพื่อนำมาอ้างอิงและเป็นต้นตอตัดสินใจ แต่หากมีองค์กรกลางที่เป็นอิสระขึ้นมาเพื่อสำรวจเรตติ้งถือเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลต่อไป แต่นอกจากเงินขวัญถุงได้มาจาก กสทช. ยังต้องมีการลงทุนอีกจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ท้าทาย” นายลิขเรศกล่าว

มารอดูกันว่าความพยายามในการปฏิรูปการสำรวจเรตติ้งของประเทศไทย “อีกครั้ง” จะเกิดขึ้นได้จริงตามที่หวังหรือไม่

เดือนตุลาคมนี้คงได้เห็นอะไรออกมาบ้าง!



เอไอเอสผนึกมช.-มอ.เดินหน้าวิจัย 5จี

นายวีรวัฒน์ เกียรติพงษ์ถาวร หัวหน้าคณะผู้บริหารด้านธุรกิจสัมพันธ์ และองค์กร บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด ในเครือบมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (เอไอเอส) และ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดย ศาสตราจารย์คลินิก นายแพทย์ นิเวศน์ นันทจิต อธิการบดี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ร่วมพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการศึกษา วิจัย ทดลอง ทดสอบ เพื่อพัฒนาเทคโนโลยี 5จี ที่กำลังจะมาถึง เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการและบ่มเพาะบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนภาคเหนือและประเทศไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ

โดยการทดลอง ทดสอบ 5จีในพื้นที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จะตั้งจุดเด่นของอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ โอกาส ความสนใจ และความท้าทายในแต่ละภูมิภาคเป็นตัวกำหนด เพื่อให้บัณฑิต นักศึกษา นักวิจัย ประชาชน และทุกภาคส่วนใน 5จี อีโคซิสเต็มส์ให้เห็นถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีแห่งอนาคต โดยความตั้งใจของเอไอเอสและมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เน้น ต้องการบุกหมุดเป็นศูนย์กลางภาคเหนือทดลองทดสอบเทคโนโลยีแห่งอนาคต

นอกจากนี้เอไอเอสยังได้ร่วมกับสถาบันวิจัยและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ (มอ.) ทดลองทดสอบเทคโนโลยี 5จีภายใต้แนวคิด “Smart City, Smart Living” สร้างโมเดลสมาร์ทซิตี้ครั้งแรกในไทย ภายใต้การสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อเป็นพื้นที่ศูนย์กลางของภาคใต้ในการพัฒนานวัตกรรม และสร้างสรรค์เทคโนโลยีที่กำลังจะมาในอนาคต อาทิ 5จี, ไอโอทีและโซลูชันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ นักศึกษา นักพัฒนา และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยี 5จี บนคลื่นความถี่ 28 GHz

บุคคลใน ขาว



ถวายพรชัย พล.อ.สุกิจ ขมะสุนทร ประธาน กสทช. จัดพิธีทำบุญถวายเป็นพระราชกุศลในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมี พ.อ.นที สุกอรัตน์, พล.ท. วีระพงษ์ มานะกิจ, ประเสริฐ สีสักดิ์ และ ไพรัช วรปาดิ มาร่วมพิธีด้วย ที่ สนง.กสทช. วันก่อน

บุคคลในข่าว



ถวายพรชัย พล.อ.สุกิจ ขมะสุนทร ประธาน กสทช. จัดพิธีทำบุญถวายเป็นพระราชกุศลในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมี พ.อ.นที สุกครรัตน์, พล.ท. วีระพงษ์ มานะกิจ, ประเสริฐ สีสักดิ์ และ ไพรัช วรปาดิ มาร่วมพิธีด้วย ที่ สนง.กสทช. วันก่อน

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachat Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: First Section/อาเซียน/ต่างประเทศ

วันที่: จันทร์ 29 - พุธ 31 กรกฎาคม 2562

ปีที่: 42

ฉบับที่: 5170

หน้า: 10(บน)

Col.Inch: 118.78 Ad Value: 160,353

PRValue (x3): 481,059

คลิป: สีสี่

โฆษณา: ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อม ขอเดชะ ข้าพระพุทธเจ้า คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ...

เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๒

เฉลิมพระชนมพรรษาราชลัญจก ผืนโพทูนพิพิธลัญจก
สิริสวัสดิ์ที่พัฒน์ชัยมงคล แซ่ชื่อง่องสกลทรงพระเจริญ

ทรงพระเจริญ



ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อม ขอเดชะ

ข้าพระพุทธเจ้า คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
ผู้บริหารและพนักงานสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ



ปฏิทินบันเทิง

รัฐธีร์ รังสีกมลวัฒน์
ผอ.ส่วนงานศูนย์ข้อมูลและ
วิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม
สำนักงาน กสทช. ประธาน
โครงการ “กิจกรรมรณรงค์
การจัดระเบียบสายสื่อสาร
และนำสายสื่อสารลงใต้ดิน”
เพื่อสร้างทัศนียภาพที่สวยงาม สร้างความปลอดภัย สร้างระบบ
โทรคมนาคม มีประสิทธิภาพ และรองรับการขยายตัวของ
อุตสาหกรรมโทรคมนาคม ณ บริเวณ บริษัท กสท โทรคมนาคม
จำกัด(มหาชน) จ.นนทบุรี



...
มร.ชิกโกโตะ คิมูระ
ประธานกรรมการบริหาร
บจก.เอ.พี.ฮอนด้า และ
นรลธิธิ ลิทธิเวชวิจิตร รอง
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการ
พาณิชย์ บจก. LINE
ประเทศไทย ร่วมแถลงข่าว



เปิดตัว New Scoopy i LINE FRIENDS Special Edition
รถแฟชั่น เอ.ที. รุ่นพิเศษ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เพื่อนใหม่ ลาย
ใหม่ น่ารักโดนใจ” โดดเด่นด้วยกราฟิก LINE FRIENDS
characters บรรวณและผองเพื่อน ณ ศูนย์ Honda Wing
Center

...
ฉัตรชัย เลื่อนผล
เจริญชัย ประธานบริหาร
กลุ่มบริษัท ดาว ประเทศไทย
ร่วมกิจกรรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม และพันธมิตร
จากสถาบันสิ่งแวดล้อม
สถาบันพลาสติก และ คณะ



วิศวกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เปิดตัว โครงการ
ดาว เพื่ออุตสาหกรรมยั่งยืนปี 2562 ร่วมสนับสนุนอุตสาหกรรม
เอสเอ็มอี เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ขับเคลื่อนอุตสาหกรรม 4.0
ที่ อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี

...
สุวิทย์ กิ่งแก้ว รอง
กรรมการผู้จัดการอาวุโส
บมจ.ซีพี ออลล์ ร่วมกับ
ฉัตรชัย ศักดิ์ศิลปชัย รอง
อธิบดีกรมการค้าภายใน
และ ฉัตรชัย อุ่ณเจริญ นาย
อำเภอเมือง จ.ขอนแก่น



เปิดงาน “วันแห่งโอกาสดี@CP All สัญจรสู่ภูมิภาค ณ จ.
ขอนแก่น” เพื่อสร้างโอกาสที่ดีสู่ภูมิภาคทั่วประเทศเป็นโอกาส
ทางการศึกษา, โอกาสในการมีงานทำ และโอกาสในการทำธุรกิจ
จัดสัมมนาให้ความรู้ด้านธุรกิจค้าปลีกและ SME ที่ จ.ขอนแก่น



ข่าวสั้น

กตป.ร่วมงานวิทยุดิจิทัล กสทช.



คณะกรรมการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) กิจกรรมกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ นำโดยนายถนัทร วินิจชัยกุล, ดร.บัณฑิต ตั้งประเสริฐ, พ.อ.ดร.พีรวัส พรหมกลับพะเนา และ ดร.พันธ์ศักดิ์ จันทร์ปัญญา คณะกรรมการติดตามประเมินผล เข้าร่วมงานวิทยุดิจิทัล ซึ่งจัดโดยภาคีเครือข่ายกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

กสทช. USO
Universal Service Obligation

พื้นที่ที่แตกต่างกัน ไม่ได้ทำให้การเข้าถึงการศึกษาต่างกัน
เมื่อโลกของการค้นคว้า
ไม่ได้จำกัดสถานที่อีกต่อไป

การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสู่โรงเรียน จาก กสทช. เปิดโลกแห่งการค้นคว้าไร้ขีดจำกัด
 เพิ่มศักยภาพการศึกษาให้กับโรงเรียนในพื้นที่ชายขอบและพื้นที่ห่างไกล

biogas

nano. 2562

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

QR Code

ID Line @nbt1200