



ข่าวทั่วไป

การเมือง

รอบโลก

บันเทิง

ไลฟ์สไตล์

เศรษฐกิจ

เศรษฐกิจ

มีใครให้มากกว่านี้ไหม!! เบอร์สวยหมายเลข 099-988-9999 ราคาสูงสุด1.51 ล้านบาท

วันที่ 03 ส.ค. 2562 เวลา 15:25 น.



สำนักงาน กสทช. จัดประมูลเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ครั้งที่ 2/2562 ในวันแรก ครึ่งวันเข้าประมูลออกไปแล้ว 42 เลขหมาย จาก 90 เลขหมายที่ประมูล ในช่วงเช้า ทำเงินให้รัฐกว่า 7.56 ล้านบาท

นายก้อกิจ ด้านชัยวิจิตร รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่าการประมูลเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเลขหมายสวยครั้งที่ 2/2562 วันแรก (3 ส.ค. 2562) ในช่วงครึ่งวันเช้า เป็นการประมูลเลขหมายสองคู่ติดกับ 4 ตัวเหมือน มีราคาเริ่มต้นการประมูล 50,000 บาท มีเลขหมายที่ถูกประมูลออกไปแล้วรวม 42 เลขหมาย คิดเป็นเงินรวม 7,560,000 บาท

โดยเลขหมายที่ประมูลออกไปได้ราคาสูงสุดได้แก่ เลขหมาย 099-988-9999 ประมูลไปในราคา 1,515,000 บาท สำหรับเลขหมายที่ประมูลได้ราคาสูงสุดรองลงมาอีก 4 ลำดับ ได้แก่ เลขหมาย 099-900-9999 ประมูลไปในราคา 785,000 บาท ถัดไปเป็นเลขหมาย 099-955-9999 ประมูลไปในราคา 510,000 บาท ตามด้วยเลขหมาย 099-966-9999 ประมูลไปในราคา 435,000 บาท และเลขหมาย 099-911-9999 ประมูลไปในราคา 305,000 บาท

นายก้อกิจ กล่าวว่า ในวันแรกนี้จะมีเลขหมายที่นำมาประมูล 361 เลขหมาย โดยในช่วงบ่ายจะเป็นการประมูลเลขหมายที่มีราคาเริ่มต้นเพียง 20,000 บาท ซึ่งราคาดังกล่าวนับว่าถูกมากเมื่อเปรียบเทียบกับเลขหมายอื่นที่ขายตามท้องตลาด ทั้งนี้การกำหนดราคาเริ่มต้นการประมูลที่ไม่สูงมากก็เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปที่ชื่นชอบเลขหมายสวย ต้องการเป็นเจ้าของเบอร์โทรศัพท์มงคลตามหลักเลขศาสตร์สามารถเข้าถึงเลขหมายสวยในราคาถูก โดยเงินที่ได้จากการประมูลสำนักงาน กสทช. จะนำส่งเข้ารัฐต่อไป



หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ ฉบับประจำ
วันอาทิตย์ที่ 4 สิงหาคม พุทธศักราช 2562
.....☀ หายเจียบไปนาน! ระเบิดป่วนเมือง
ก่อความสงบ ไม่รู้ทำไปเพื่ออะไร? ...ต่อไปนี้
คงไม่เหลือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
ประชาชน...จะไปไหนมาไหนก็ต้องระแวดระวัง
ภัยกันเอง...เริ่มแรก วางระเบิดปลอมหน้า
สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) ต่อมาอีกวัน
ระเบิดป่วนเมือง ที่เดียว 3 จุด ใน ซอยพระราม
เก้า 57/1 คนกวาดถนนบาดเจ็บ... ได้บีทีเอส
ชื่องานทรี 2 ครั้ง รถยนต์เสียหาย ... และระเบิด
3 ครั้ง หน้าศูนย์ราชการฯ ฟัง กกต.และกอง
บัญชาการกองทัพไทย...บ้านเมืองทุกวันนี้ชักอยู่
ยากขึ้นทุกวัน!.....☀ รัฐบาล ประยุทธ์ 2/1 เดิน
หน้าเต็มตัว...ประเดิมด้วยเสียงฮือฮา เมื่อ
พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี โดด
มาเป็น หัวหน้าทีมเศรษฐกิจ เอง ประชุมแก้
ปัญหาปากท้องทุกสัปดาห์ แทนที่จะเป็น สมคิด
จตุศรีพิทักษ์ รองนายกฯหัวหน้าทีมเศรษฐกิจคน
เดิม...หน้าซ้ายประกาศกลางวงประชุม ครม. ว่า
“ต้องไม่มีการทุจริตในรัฐบาลนี้”... ไม่ว่าใครได้ยิน
ได้ฟังชว่นนี้ย่อมเห็นด้วย... ทว่า ระยะทางพิสูจน์
ม้า กาลเวลาพิสูจน์คน บนเส้นทางสายประชาธิปไตยที่ขรุขระ บาง
ช่วงก็ติดหล่ม บางเวลาก็เล่นฉิวติดลมบน...แต่จากอดีตจนถึง
ปัจจุบันเกือบ 90 ปีผ่านมา “วันวิสา” ยังไม่เห็น รัฐบาลชุดใดจะ
ไร้มลทินทุจริต ...อย่างน้อยตามแต่โอกาสมือใครยาวสาวได้สาวเอา

...แม้ผู้นำทุกยุคทุกสมัยจะท่องคาถาปราบทุจริต “มะเร็งร้าย” ให้หมดสิ้นไปจากประเทศ... แต่ถ้าเป็นความตั้งใจจริงก็อนุโมทนาสาธุด้วย.....⊕ ไม่ได้ปราชญ์ พล.อ. ประยุทธ์ จะทำตามสัจจะวาจาได้หรือไม่ ...แค่บอกไว้แต่เนิ่น ๆ ด้วยเหตุ ธรรมชาติของการเมือง ทุกยุคล้วนอุดมไปด้วย เลื้อย สิงห์ กระทิง แรด ...นายกฯจึงต้องมีหูตาเป็นลับประด... ก็ขนาดให้นโยบายชัดแจ้งมาตั้งแต่รัฐบาลประยุทธ์ 1 มาจนถึงวันนี้ ประยุทธ์ 2/1 ยังมี “ไอ้โม่ง” พายเรือทวนคำสั่งให้เห็นออกบ่อย...จะหวังพึ่งองค์กรอิสระที่มีหน้าที่ตรวจสอบทุจริต ทั้ง ป.ป.ช. และ สตง. ครั้ฐฐามีระดับไหนอย่าให้ “วันวิสา” ต้องเอื้อนเอ่ย กระนั้นหากสร้างผลงานจับ “ปลาใหญ่” ได้หลาย ๆ ตัว ดิกรั้ฐฐาน่าจะขยับขึ้น ไม่เชื่อลองดู.....⊕ นี่ชักไปกันใหญ่แล้วบ้านเรา ...ไม่รู้จะมอมเมากันไปถึงไหน?...กองสลากเตรียมออก หวยภาพ 12 นักชั้ฐฐ อ้างอ้าง ๆ คุ คุ แก้วหยไ้ดิน เป็นทางเลือกใหม่ให้ประชาชน ...โอ้โฮ คิดได้ไ้ เอาอะไรมาคิด...คราวก่อนก็ไ้แล้ว จะ ฟั้น หวยออนไลน์ 2 ตัว 3 ตัว แถมจะไปไกลถึง หยน้ำเต้า ปู ปลา จนร้องยั้กันทั้งประเทศ แล้วก็เจียบหายไป... เผลอประเดั้ยเดั้ยเอาอีกแล้ว...มอมเมากันจนวัน ๆ ไม่อยากไ้ประชาชนคิดทำมาหากินอะไรหรือไ้?...ไม่ใช่ว่า ออก หวย 12 นักชั้ฐฐ แล้วจะลดยอดพิมพ์ลอตเตอรีก็เปล่า ยังคงพิมพ์ 100 ล้านฉบับเหมือนเดิม...ทุกวันนี้เล่นกัน เดือนละ 2 ครั้ง ทุกวันที่ 1 และวันที่ 16 แถมยังแอบไปเล่น หวยลาว สมัยก่อนก็ หยหุ้น จนวัน ๆ หมกมุ่นอยู่กับเรื่องตัวเลข เป็นวิถีชีวิตคนไทยที่ถูกต้องแล้วหรือไ้?...ก็ถ้าไม่มีปัญญาแกั้ หยไ้ดิน แล้วเทั้ยมออกการพนั้รูปแบบใหม่ มอมเม ประชาชนเข้าเข้าไปอีก แล้วรัฐบาลรู้เห็นเป็นใจด้วยก็ เอาที่สบายใจเลย.....⊕ ได้เวลาทั้งบอมบ์ เตือนใจ ดีเทศน์-อังกณ นีละไพจิตร ไขกั้อกออกจากตำแหน่ง กรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ตามข่าวระบู้ว่า พ.ร.ป.กสม. และระเบียบใหม่ไม่เอื้อ-ทำงานยาก... แค่แปลกใจ พ.ร.ป.กสม. มีผลตั้งแต่อันวาคม ปี 60...แล้วไ้ 2 อดีต กสม.สายเอ็นจีไ้จึงปล่อยเวลานั้นานมาปีครึ่งแล้วค่อยมาไขกั้อก...งานหนักที่ “กก.สรรหา” ต้องเร่งเพ้นหาว่าที่ กสม.ชุด 4 แล้วกระทบชั้งไปถึง “สภาสูง” ...อีกฝ่ายหนึ่ง

วีส ตึงสมิตร ประธาน กสม. สบช่องใช้ ม.22 พ.ร.บ.กสม. ให้ 2 ประมุข
ตุลาการ “ศาลฎีกา-ศาลปกครอง” ใช้ชีชีพาสทางด่วนตั้งบุคคลที่มี
คุณสมบัติเข้ามาทำหน้าที่ “กสม.ชั่วคราว” ไม่ให้งานส่งเสริม-ปกป้อง-
คุ้มครองสิทธิคนไทย พาลต้องสะดุดหยุดลงด้วยเกมของบางพวกบาง
คน.....⊕ มาดูเรื่องปากท้อง กบง. คณะกรรมการบริหารนโยบาย
พลังงาน ที่มี สนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รว.พลังงาน “แม่บ้าน พปชร.”
ไฟเขียวมาตรการลดค่าครองชีพประชาชนภาคพลังงาน... หนุนใช้ ดี
เซลปี 20 คงราคาขายปลีกสูงกว่าปกติลิตรละ 5 บาท พร้อมขยาย
เวลา ตรึงราคาแก๊สหุงต้ม ภาคครัวเรือน กลุ่มหาบเร่แผงลอย-เอ็นจิวิธสาธารณะ ถึงสิ้นเดือนกันยายน
นี้...ขณะที่ ศักดิ์สยาม ชิดชอบ รว.คมนาคม “แม่บ้านภูมิไไทย” ประกาศ ลดค่าทางด่วน คันไหน
ใช้ชีชีพาสมีผลแล้ว ค่ารถไฟฟ้ามุ่งต่ำลงมา อย่างหลังถ้าลดได้แบบจะแจ้ง จะเป็นพระคุณต่อคนชั้นกลาง
อย่างยิ่งยวด...ว่าแต่ทุกมาตรการแค่ขอให้ทำจริงไม่ใช่ “ผักชีโรยหน้า” ถือโอกาสหาเสียงเอาใจประชาชน
มาเป็นพวก เพื่อตุนคะแนนเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นทั่วประเทศ และสนาม กทม. ในปลายปีนี้ ต่อต้นปีหน้า...
เพราะเดี๋ยวนี้คนไทยตามทันนักเลือกตั้ง ยกตัวอย่าง อบต.ชายขอบรอบกรุง ถนนในพื้นที่ชำรุดเสียหายไม่
ยอมซ่อมแซม แต่ดันเอางบฯพา “ผู้สูงวัย” ในพื้นที่ไปทัวร์ต่างจังหวัดกันเอิกเกริก อ้างว่าดูงานพอหอมปาก
หอมคอ ขึ้นรถบัสจึงฉาบกลองไม่รู้มาจากไหน บรรเลงกันสนั่นลั่นรถทั้งขาไป-กลับ...แถมอาหารการกินมา
กันเพียบ “หวาน-มัน-เค็ม” เหมือนคนรับผิดชอบไม่ใส่ใจนโยบายรัฐประกาศโครม ๆ ต้นเหตุ เบาหวาน
ความดัน หัวใจ อาหารก็เป็นส่วนสำคัญ.....⊕ เห็นใจเพื่อนสื่อ ทีวี่หลายช่องปิดตัวลอยแพพนักงาน
ผลกระทบไม่ใช่แค่ 1 ชีวิต ครอบครัวคนข่าวทุกชีวิตต้องดิ้นรนกันไป ถึงวันนี้ “กสทช.” ที่ร่วมสร้างฟองสบู่
“ทีวี่ดิจิทัล” จะกล้า ๆ ออกหน้ารับว่าเป็นผลงานยุคตัวเองมั๊ย?... เอ้าให้ทาย.....⊕ สักมวันอาทิตย์ เวลา
05.00-08.00 น. สำนักงานศาลปกครอง จัดโครงการเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในโอกาสสมหามงคลพระราช
พิธีบรมราชาภิเษก ภายใต้กิจกรรม “ศาลปกครอง-ศิริราช เดิน-วิ่ง เฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาส
สมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก” ณ พื้นที่บริเวณอาคารศาลปกครอง และศูนย์ราชการเฉลิมพระ
เกียรติฯ ถนนแจ้งวัฒนะ โดยมีมุ่งหมายเพื่อนำรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายและเงินบริจาคร่วมสมทบทุน “อาคาร
นวมินทรบพิตร 84 พรรษา” โรงพยาบาลศิริราช.....⊕ เวลา 19.00 น. สวดพระอภิธรรม ณัฐชัย
โรจนสมิต อุปนายกสมาคมนักเรียนเก่าญี่ปุ่น ที่วัดชัยมงคล ปากน้ำ สมุทรปราการ ถึงวันที่ 5 สิงหาคม
นี้ ประชุมเพลิง วันที่ 6 สิงหาคม เวลา 16.00 น.⊕

วันวิสา



เราเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และการจัดตั้ง MRDA
เกิดจากความไม่พอใจกับสิ่งที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมและการวัดเรตติ้ง
วรรณิ รัตนพล

เกมล้ม 'เรตติ้ง'

นิลเส้นฯ VS พีเอสไอ-เอ็มอาร์ดีเอ



เปิดเกมล้มไฟระบบวัด "เรตติ้ง"
ครั้งใหญ่รอบ 30 ปี
พีเอสไอ-นิลเส้นฯ-เอ็มอาร์ดีเอ
ถาหน้าอวดเครื่องมือ เทคโนโลยี
ระบบสุ่ศึก ผสานเสียง 5 ปี
เงินทุนตั้งต้น 431 ล้านบาท
ไม่กระเทือนค่าบริการเอเยนซี
เจ้าของสื่อ-สินค้า

● สาวิตรี รินวงษ์
กรุงเทพธุรกิจ

วงการ “ทีวีดิจิทัล” ยังมี “ประเด็นเด็ด” ให้ต้องเกาะติดขนิດที่ห้ามกะพริบตาอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่คณะกรรมการความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ (คสช.) ใช้มาตรา 44 ออกมาตรการแก้ปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ทั้งเปิดช่องให้ผู้ประกอบการยื่นใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัล (ไลเซนส์) จนมีผู้ประกอบการตัดสินใจให้ “จอต้า” 7 ช่อง ซึ่งจะเกิดขึ้นในเดือนส.ค.-ก.ย.นี้

หนึ่งในการสาปปัญหาทีวีดิจิทัลคือเรื่อง “เรตติ้ง” (Rating) ที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) พิจารณาจัดสรรเงิน 431 ล้านบาท หรืออาจ “น้อยกว่า” กรอบวงเงินดังกล่าว ให้กับ “องค์กรกลาง” และชี้ชะตาว่า “ใคร” จะเป็นผู้ถูกเลือกให้ทำหน้าที่ในการวิจัยสำรวจความนิยมช่องรายการโทรทัศน์หรือเรตติ้งใหม่ รวมถึงสื่อหลากหลายแพลตฟอร์มทั้งทีวี และสื่อดิจิทัล เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลโดยที่ผ่านมากสทช.เปิดเวทีประชุมรับฟังแนวทางและวิธีการทำเรตติ้งใหม่ และมี 3 บริษัทวิจัยเรตติ้งเสนอตัวชิงตำแหน่งได้แก่ พีเอสไอ นีลเส็น(ประเทศไทย) และสมาคมวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อ(MRDA)

งานนี้ กสทช. ยังเชิญเจ้าของสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นผู้ให้เงินซื้อสื่อโฆษณา เอเยนซี และเจ้าของสื่อทีวีดิจิทัลมาฟังการนำเสนอและ “ซักถาม” ข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำเรตติ้งใหม่ เห็น “วิวาทะ” ของแต่ละฝ่ายล้วนไม่ธรรมดา

ที่น่าสนใจกว่านั้นคือ นี่จะเป็นการ “ล้างไพ่” ในการวัดเรตติ้งในประเทศไทยหรือไม่ หลังจาก “นีลเส็น” เป็นผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ “ผูกขาด” การวัดเรตติ้งมายาวนานกว่า 3 ทศวรรษ “เรตติ้ง” มีความสำคัญมาก! สำหรับวงการทีวี เพราะเป็นตัวชี้วัดความนิยมรายการโทรทัศน์ จำนวนคนดูของแต่ละช่องว่ามากน้อยเพียงใด เพื่อให้ “เจ้าของสื่อ” นำตัวเลขผู้ชมในมือไปหารายได้ คือ “ค่าโฆษณา” ที่ซื้อขายกันเป็น “วินาที” ส่วนราคาจะถูกหรือแพงจะขึ้นขึ้นกับช่วงเวลาว่าเป็น “นาทีทอง” (Prime time) หรือเปล่า

ส่วน “ซุ่มทรัพย์” โฆษณามูลค่าโดยรวมมีกว่า “แสนล้านบาท” เฉพาะ “ทีวีดิจิทัล” ปัจจุบันประมาณ 7 หมื่นล้านบาท เม็ดเงินก้อนโตขนาดนี้ แบรนต์จะเทเงินไปไปยังสื่อไหน “เรตติ้ง” นี่แหละจะเป็นตัวกำกับ ทว่าที่ผ่านมา เอเยนซีเจ้าของสื่อบางราย “กั๊ก” เกี่ยวกับตัวเลขเรตติ้งอยู่ไม่น้อย

ปมปัญหาอดีต-ปัจจุบัน

หากไม่มี “ปัญหา” การเรียกร้องให้ทำเรตติ้งใหม่พร้อมกับของประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐคงไม่เกิดขึ้น อดีตปมใหญ่มีจากหลายฝั่ง ทั้งวิ

พระราม 4 หรือ “ช่อง 3” หลายรายการหรือคอนเทนต์บ้าง โดยเฉพาะ “ละคร” กระแสดังมาก แต่ตัวเลขออกมากลับสู้ “คู่แข่ง” และเบอร์ 1 เรตติ้งสูงสุดอย่าง “ช่อง 7” ไม่ได้ ทำให้ความน่าเชื่อถือที่มีต่อบริษัทวิจัยเรตติ้งหดหายแทบไม่มี

หนามยอกอกด้านเรตติ้งยังทำให้อุตสาหกรรมใหญ่ช่อง 3 “ประวิทย์ มาลีนนท์” หยิบมาพูดเสมอด้วยล่าสุดในงานประกาศรางวัลพระราชกรัที่ 10 ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป “กระแสของผู้ชมที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์ทั้งโลก คอมเมนต์ แชร์ ทรงคุณค่ากว่าตัวเลขใดๆ”

ไม่พอการประชุมรับฟังแนวทางและวิธีการทำเรตติ้ง “ประวิทย์” ยังยกการเปลี่ยนแปลงของโลกเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลอย่างมาก เพราะตอนนี้พฤติกรรมผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับชมรายการต่างๆ ผ่านแพลตฟอร์มอื่นๆ รายได้เจ้าของสื่อที่เคยมีเป็นกอบเป็นกำวันนี้ลดเหลือเพียง 1 ใน 3 จากของเดิม ส่วนแนวโน้มในอนาคต เส้นทางธุรกิจทีวีดิจิทัลยังคงซบเซาหากทีวีช่องใดเลือกค่ายวิจัยเรตติ้งได้แล้ว จะต้องแบก “ค่าใช้จ่าย” ต่อปีเท่าไร แล้วใครจะรับประกันได้ว่าผู้ประกอบการจะไม่ล้มหายตายจากตาม 7 ช่องไปอีกถึงวันนั้นการวัดเรตติ้งใหม่ จะเดินหน้าต่อไปอย่างไร

ความเก๋เกมธุรกิจ ทำให้ “ประวิทย์” เอ่ยปากให้บริษัทวิจัยเรตติ้ง “ขายข้อมูล” ให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ “แทน” เจ้าของสื่อ และเอเยนซีได้หรือไม่ โดยคำถามนี้จึงไปที่ “นีลเส็น” เต็มๆ

“ยุคนี้ประโยชน์ (รายได้) ที่ช่องได้รับ ถูกหักลงถึง 50% หรือเหลือ 1 ใน 3 ของรายได้เดิมด้วยซ้ำ โอกาสที่คนจะแบกรับภาระค่าใช้จ่ายเรตติ้งตรงนี้ มีน้อยมาก ด้านเอเยนซีที่ได้ค่าธรรมเนียมหรือ

ค่า Fee ต่อไปอาจจะเป็น Free ทำงานให้ตายได้ ค่าตอบแทนนิดเดียว” เรียกว่าเป็นการผลักรถให้ลูกค้าเจ้าของสินค้ารับไปดูแล เพราะบางแบรนต์ที่ใช้โฆษณา 100 ล้านบาทต่อปี เจียดงบ 10% มาช่วยซื้อเรตติ้งใช้เงินราว 10 ล้านบาท ซึ่งดีกว่า “เจ้าของช่อง” หรือ “เอเยนซี” จ่าย 8 ล้านบาทต่อเดือน

ด้าน เดี่ยว วรดิษฐ์ตระกูล รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ช่องวัน 31 ก็มีคำถามถึง “ราคา” ค่าบริการเรตติ้งที่จะออกมาใหม่จะมีการ “ขยับขึ้น” ในทิศทางอย่างไร ส่วนฝั่งเอเยนซี มีตัวแทนทั้งสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) โอฬาร มีเดียแบรนต์ส์ ฯ ต่างก็ความ “น่าเชื่อถือ” การวัดเรตติ้งเดิมของ “นีลเส็น” การตรวจสอบข้อมูลโดยบุคคลที่ 3 และการ “ปรับราคา” ขึ้นลงโดยไม่มีการกำหนดตายตัว เช่น บางปีปรับขึ้น 5% บ้าง 10% บ้าง กระเทือนต้นทุนผู้ประกอบการ



जूकुऑन 3 ค่าย จดกำเรตติ้งใหม่



- การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง ต้องมีหลักการสถิติชัดเจน ตรวจสอบได้ แทนการใช้ชุมชนตามจำนวนกล่องวัดเรตติ้ง
- การวัดเรตติ้งต้องครอบคลุมทั้ง Content rating และ Commercial rating
- จบลงทุนในการพัฒนาระบบวิจัยเรตติ้งระยะยาว

กราฟิก กรุงเทพธุรกิจ



- ไขข้อข้องใจการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวัดเรตติ้ง
- เรตติ้งจริงที่สวนกระแสความดังของบางรายการบางช่อง
- การตรวจสอบการวัดเรตติ้งจากองค์กรหรือบุคคลที่ 3
- การปรับราคาค่าบริการเรตติ้งในแต่ละปี



- ความชัดเจนในการวัดเรตติ้งได้จริง หลัง 2-3 ปีที่ผ่านมาพยายามจะจัดทำเรตติ้งใหม่แต่ติดขัดอุปสรรคหลายประการ
- จบลงทุนตั้งแต่ต้นจาก กลศฯ. 431 ล้านบาท รองรับบริการวัดเรตติ้ง 5 ปี หลังจากนั้นเงินลงทุนในการพัฒนาและจัดทำเรตติ้ง จะมาจากไหนยังยืนยันไม่ได้



โดยรวมเรียกว่า “ไม่แฮปปี้” กันเท่าไรกับเจ้าเดิมนั่นเอง จนนำไปสู่ทางวัดเรตติ้งใหม่

อ่านต่อหน้า >> 11

พีเอสไอ-นีลเสินฯ-เอ็มอาร์ทีเอ วัตรระบบเรตติ้งใหม่สู้ศึก

เมื่อมองระบบวัดเรตติ้งเก่าเป็นปัญหา จึงต้องมีระบบใหม่มาแทนที่ โดย 3 ค่าย ได้แก่ พีเอสไอ นีลเสินฯ เอ็มอาร์ทีเอ ขึ้นเวทีตามลำดับที่จับฉลากได้ นำเสนอรายละเอียดกันเต็มที่ และมี “วิวาทะ” เชือดเฉือนกันพอหอมปากหอมคอ

สมพร ชีระโรจนพงษ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (PSI) เปิดประโยคแรกในการนำเสนอระบบวัดเรตติ้งใหม่คือ “ความโปร่งใส ตรวจสอบได้” หวังลบ Pain point ที่เจ้าของช่องและเอเยนซีเจอมาช้านานตาปีและเรตติ้ง Realtime จะตอบโจทย์การวัดเรตติ้งได้

พีเอสไอ มีการวัดเรตติ้งมาตั้งแต่ปี 2554 การใช้กลุ่มตัวอย่าง 2,000 ครั้วเรือนสำหรับยุคทีวีมี 6 ช่องอาจทำได้ เมื่อเกิดทีวีดิจิทัล 24 ช่อง ไอพีทีวี มียุทธูปการวัดแค่ “จอแก้ว” และกลุ่มตัวอย่างเดิมไม่ตอบโจทย์ลูกค้า จึงพัฒนาระบบวัดเรตติ้งใหม่ผสมผสานหรือ S3 Hybrid ที่วัดเรตติ้งได้ครบทุกแพลตฟอร์ม

ส่วนกลุ่มผู้ชมปริมาณเพิ่มเป็น 1.3 แสนรายผ่านการติดตั้ง S3 ผ่านกล่องรับทีวีดิจิทัล ทีวีดาวเทียม ไอพีทีวี เพื่อส่งข้อมูลการรับชมรายการต่างๆ กลับมายังเซิร์ฟเวอร์เพื่อประมวลผลเรตติ้งและลูกค้าจะเห็นข้อมูลเรตติ้งแบบเรียลไทม์ด้วยการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน PSI Rating ซึ่งสามารถเปรียบเทียบความนิยมของแต่ละรายการ แต่ละช่อง แต่ละช่วงเวลาได้

“ระบบใหม่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแล้ว แต่ต้องนำเครื่องไปให้ลูกค้าซื้อขายจริง”

ภายหลังการนำเสนอ “สมพร” ถูกรับน้อง

เบาๆ จากเอเยนซี และกสทช.ถึงจำนวนผู้ชม 1.3 แสนราย ใช้หลัก “สถิติ” การคำนวณอย่างไร รวมถึงลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน “รายได้” ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นฐานการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำวิจัยเพราะเอเยนซีซื้อโฆษณาสินค้าบางรายการ จะต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายละเอียดทั้ง เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับ เช่น นมผงเด็ก เจาะผู้หญิงอายุ 25-49 ปี รายได้ระดับกลางถึงบน มีลูกอายุ 0-3 ปี ซึ่งทีมงานยอมรับไม่ได้ทำการบ้าน ขณะที่การวัดเรตติ้ง Realtime อาจเรียกความสนใจได้แต่ในการวางแผนซื้อสื่อโฆษณานั้น ส่วนใหญ่ซื้อเป็น “เดือน” มากกว่าซื้อเป็นรายวัน กลายเป็น “จุดอ่อน” ให้เอเยนซี เจ้าของเงินต้องคิดหนักในการตัดสินใจเลือกใช้ตัวเลขก่อนเทงบโฆษณา 8-9 คนแท็กทีมมาด้วยความมั่นใจสำหรับ “ยักษ์ใหญ่” วัดเรตติ้งรายเดียวในไทยและแม่ทัพ **สินธุ์ เกตุวรรัตน์** กรรมการผู้จัดการธุรกิจมีเดียเนลเสิน ประเทศไทย

เวียดนาม และเมียนมา ลุยนำเสนอระบบวัดเรตติ้งใหม่ด้วยตัวเอง

สินธุ์ เปิดคำพูดยืนยันที่ได้รับเกียรติมา นำเสนอการทำเรตติ้งใหม่ แต่มีความมั่งคั่งน้อยหลังได้รับจดหมาย "นี่เป็นการประมูลเลือกบริษัทวัดเรตติ้งหรือเปล่า" เป็นคำถามสวนทางกับเลขาธิการ กสทช. ที่ระบุว่า "นีลเส็นฯ" เป็นฝ่ายทำจดหมายเสนอตัวเข้าร่วมฟรีเซนต์ระบบวัดเรตติ้งครั้งนี้ด้วย

นีลเส็นฯ ให้บริการเรตติ้งในไทยกว่า 30 ปี ตัวเลขเหล่านี้สำคัญกับเจ้าของสื่อเอเยนซีและเจ้าของสินค้าและบริการอย่างมาก

ก่อนเผยแพร่ระบบวัดเรตติ้งใหม่ นีลเส็นฯ เผยภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณามูลค่า "แสนล้านบาท" ต่างชาติ คือลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่ใช้เงินมหาศาลราว 60% ที่เหลือเป็นสินค้าทุนไทย(Local) 40%

"เงินโฆษณาที่เข้ามาในบ้านเรา มาจากอินเทอร์เน็ตชนชั้นกลาง เน้นนอนว่าตัวเลขเรตติ้งที่เราใช้ทำธุรกิจต้องเป็นตัวเลขสากล เป็นที่ยอมรับ" หากไม่เข้าเกณฑ์เหล่านี้เม็ดเงินโฆษณาอาจลดลงและ "หายไป" ได้

การทำเรตติ้งหัวใจสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ "คนดูทีวีทั่วประเทศไทย" แต่การจะนำประชากรทั้ง 22 ล้านครัวเรือน มาเป็น "กลุ่มตัวอย่าง" ต้องลงทุนมหาศาล นีลเส็นฯ จึงยึดหลัก "สถิติ" ใช้จำนวนซึ่งคนที่มาทำเรื่องนี้ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทักษะเฉพาะ เข้าย่า "จุดแข็ง" ในฐานะบิก 4 วิจัยเรตติ้งของโลก และวัดเรตติ้งใน 56 ประเทศ จากทำธุรกิจทั้งสิ้น 106 ประเทศทั่วโลก

ขณะที่การเก็บเรตติ้งยึด 2 ข้อมูลใหญ่ คือรายการทีวียอดนิยม(Content Rating) และสปอตโฆษณา(Commercial Rating) ซึ่งคิดเป็น "วินาที"

"นี่คือหลักการที่จะต้องทำ ไม่ใช่หลักการที่จะทำ เพื่อให้เรตติ้งมีความแม่นยำเชื่อถือยอมรับได้"



วรรณ รัตนพล



สินธุ์ เกตุวรรณ์

ทั้งนี้ การวัดเรตติ้งใหม่ของ นีลเส็นฯ เพิ่มประสิทธิภาพในการวัดครอบคลุมทั้งโทรทัศน์และดิจิทัล สอดรับการรับชม "ทุกที่ทุกเวลา" และวิธีวัดจะมีทั้ง Panel จากจำนวนกว่า 10,000 ตัวอย่างในทุกแพลตฟอร์ม และ Census Measurement หรือวัดทุกคนจำนวนกว่า 50 ล้านคน โดยระบบใหม่นี้จะไปใช้ในไปแลนด์ ชองกง และ 5-6 ประเทศในยุโรปต่อไป

สำหรับโครงสร้างวัดเรตติ้งมัลติสกรีนของนีลเส็นฯ ประกอบด้วย เรตติ้งทีวี (TAM) เรตติ้งแคมเปญโฆษณาออนไลน์บนคอมพิวเตอร์มือถือ แท็บเล็ต และแอปพลิเคชันมือถือ (DAR) วัดเรตติ้งโฆษณาออนไลน์ออฟไลน์แบบมัลติสกรีน รวมรายการรับชมผ่านทีวีคอมพิวเตอร์มือถือแท็บเล็ตและแอปพลิเคชัน (TAR) วัดเรตติ้งรายการออนไลน์ รวมการรับชมสดและย้อนหลังบนคอมพิวเตอร์มือถือแท็บเล็ตและแอปพลิเคชัน (DCR) อนาคตจะวัดเรตติ้งรายการออนไลน์ออฟไลน์แบบมัลติสกรีน รวมการรับชมสดและดูย้อนหลังบนโทรทัศน์มือถือแท็บเล็ตและแอปพลิเคชันบนมือถือด้วย

"ศักยภาพและความพร้อมของ นีลเส็นฯ หากจะให้ประมูลวันนี้ เราทำได้แน่นอน และต้นทุนประหยัดกว่า เร็วกว่า ทำด้วยความมั่นใจกว่า ซึ่งประเด็นนี้ บริษัทแม่ชอบถามว่า..เราขายอะไรกันบ้างตอบว่าเราขายดาต้า ขายรีเสิร์ช

แต่ทางซีอีโออย่าสิ่งสำคัญที่เราขายคือความน่าเชื่อถือ"

เสร็จสิ้นการนำเสนอ นีลเส็นฯ ถูกรุมโยนคำถามด้านราคาค่าบริการ ความน่าเชื่อถือ และกลุ่มตัวอย่างในการวัดเรตติ้ง สินธุ์ ตอบ ค่าบริการในเชิงธุรกิจมีความยืดหยุ่นได้ การตั้งราคาบวกกำไรในระดับหนึ่งอนาคตบริษัทก็มีความเสี่ยง หากมีทีวีดิจิทัลหายไปอีกนั้นหมายถึงลูกค้าจำนวนลด กระเทือนรายได้บริษัทเช่นกัน



ประวิทย์ มาลีนนท์

"ในการทำธุรกิจ เมื่อไหร่ต้นทุนลดลง เราสามารถแบ่งปัน คิดราคาที่จับต้องได้ ไม่ใช่ว่าตอนนี้เราคิดราคาไม่ Reasonable โมเดลธุรกิจเรา เมื่อมีทีวีดิจิทัลออกไป เราก็เสียหาย แต่เราไม่ปรับราคาเจ้าอื่นแต่เรามีการหารายได้จากช่องทางอื่น ไม่ได้ขายแค่เรตติ้งทีวี

“

ศักยภาพและความพร้อมของ
นิลเสินฯ หากจะให้
ประมุขวันนี้ เราทำได้
แน่นอน และต้นทุน
ประหยัดกว่า
เร็วกว่า ทำด้วย
ความมั่นใจกว่า

สินธุ์ ฆาตราชรัตน์

อย่างเดียว”

ส่วนความแม่นยำกลุ่มตัวอย่าง
เป็นคำถามที่เจอตลอด 20 ปี และยังมี
คำตอบเดิมคือยึดหลักเกณฑ์การออก
อากาศแบบ Single Market หรือ Multi
Market แต่หากต้องการให้กระจ่าง

แค่ “จัมรายชื่อ” ผู้ตรวจสอบอิสระจาก
1 ใน 9 ราย มาริเช็คได้

อย่างไรก็ตาม หากนิลเสินฯ “ถูกเลือก”
เป็นตัวแทนทำเรตติ้งเช่นเดิม **สินธุ์ ย้ำว่า**
กรอบวงเงิน 431 ล้านบาท จะครอบคลุม
การลงทุนทำระบบวัดเรตติ้งใหม่อย่างน้อย
5 ปี “สำหรับผู้ประกอบการไม่ต้องจ่าย
สักสตึงเลย”

ปิดท้ายที่ **วรรณิ รัตนพล** อุปนายก
สมาคมวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อ (ประเทศไทย)
หรือ MRDA ซึ่งจัดเต็มทีมงานไม่แพ้
นิลเสินฯ ก่อนพิธีเซ็นระบบวัดเรตติ้งใหม่
ได้เผยสิ่งที่สมาคมเคเบิลทีวีทีวีดาวเทียม
MAAT ชมรมทีวีดิจิทัลฯ จำนวน
สมาชิกหลายสิบราย “ไม่พอใจ” กับการ
วัดเรตติ้งของนิลเสินฯ เลยรวมตัวชุด
MRDA

ส่วนการวัดเรตติ้งมัลติสกรีนทั้ง
ทีวีและสื่อดิจิทัล ได้ฟัน 5 พันมิติ
ระดับโลก ได้แก่ กันตาร์ ทำหน้าที่เลือก
กลุ่มตัวอย่างผู้ชมทั้งประเทศ Intage
group ดูแลบริหารจัดการกลุ่มตัวอย่าง
Mediametrie ดูแลเทคโนโลยีการวัด
markdata ดูแลซอฟต์แวร์ และ cesp
ทำหน้าที่ตรวจสอบการทำเรตติ้งตั้งแต่
ต้นจนถึงรายงานผล ซึ่งแต่ละรายการันตี
ประสิทธิภาพงานในไทยและทั่วโลก
หลายสิบปี

ทั้งนี้ MRDA จะติดตั้งอุปกรณ์วัด
เรตติ้งเครื่องรับชมทีวี 4,500 ชุด จำนวน
3,000 ครั้วเรือน และช่องทางดิจิทัลกลุ่ม
ตัวอย่าง 3,000 คน หาตัวเลขเรตติ้ง
ทั้งทีวีและดิจิทัล ซึ่งหากถูกคัดเลือก
จากองค์กรกลางคาดว่าจะเห็นการวัด
เรตติ้งภายใน 5 ปี ส่วนค่าบริการจะยื่น
ราคาคงที่ในเวลาเดียวกันด้วย

สำหรับองค์กรกลางที่ต้องตัดสินใจ
เลือก “ตัวแทน” ทำวิจัยเรตติ้ง **ล้วนเป็น**
ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลเป็นสมาชิก
มีสายสัมพันธ์กับเอเยนซี ยิ่งกว่านั้น
เกณฑ์การเลือกจะต้องเป็น “องค์กรที่
ไม่แสวงหากำไร” ซึ่งหากดูจากผู้ที่ชิง
MRDA ถือว่าเข้าข่ายมากที่สุด

“เราเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร
และการจัดตั้ง MRDA เกิดจากความ
ไม่พอใจกับสิ่งที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม
โฆษณาซึ่งเรามีคำถามมากมายเกี่ยวกับ
ความถูกต้องในการวัดเรตติ้ง ความ
น่าเชื่อถือโดยรวมคือไม่แยบปี้จึงรวมตัวกัน
เป็น MRDA เพื่อทำเรตติ้งใหม่”

อย่างไรก็ตาม การล้มกระดานเรตติ้ง
ครั้งนี้ ตามกระบวนการจะเห็นผู้เข้า Win
และได้รับเงิน 431 ล้านบาท ไปทำเรตติ้งใหม่
ภายในเดือนตุลาคมนี้



จอห์นโครงการท่อร้อยสาย

>> ชัยดิรัฐธรรมนุญมาตรา 50 จัดการแน่!

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
ประกาศกระชับพื้นที่กับสำนักงาน กสทช. ป้องกันการผูก
ขาดโครงการท่อร้อยสายของกรุงเทพมหานคร มูลค่า 2.5
หมื่นล้านบาท หลังเลือกเอกชนรายเดียวทำตลาดถึง 30 ปี

ตามที่ปรากฏเป็นกระแส
ข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์
กรณี “โครงการท่อร้อยสายใต้ดิน
ของกรุงเทพมหานคร” ซึ่งคณะ
รัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบการ
ดำเนินการตามโครงการดังกล่าว
เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2562 โดย
กรุงเทพมหานครได้มอบให้บริษัท
กรุงเทพมหานคร จำกัด ซึ่งเป็น
วิสาหกิจของกรุงเทพมหานครที่มี
หน้าที่ในการดำเนินการธุรกิจ
สาธารณูปโภคด้านระบบขนส่ง
ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม
เป็นผู้ดำเนินโครงการดังกล่าว
ในลักษณะให้เอกชนรายเดียว
เป็น “ผู้ดำเนินการบริหารจัดการ
ท่อร้อยสายใต้ดิน” ระยะเวลา
30 ปี เข้าลักษณะเป็นการผูกขาด
กีดกันการแข่งขันทางการค้า

ศ.ดร.สกลธีวชิรวัฒนา
ประธานกรรมการการแข่งขัน
ทางการค้า เปิดเผยกับ “ฐาน
เศรษฐกิจ” ว่า ต้องดูว่าโครงการ
นี้จะเดินต่อไปหรือเปล่า ถ้า

เดินต่อไปก็ต้องมีหนังสือ
แนะนำหรือหนังสือความเห็นไป
ยัง กสทช. หรือไปยัง กรม.เพราะ
ในเบื้องต้นอำนาจกรรมการไม่ได้
ให้ลงไปดูแลหรือจัดการในเรื่องเหล่านี้
เพราะอำนาจตรงนี้อยู่ที่ กสทช.
ในการให้ใบอนุญาต แต่เมื่อให้
ใบอนุญาตและเริ่มประกอบกิจการ
แล้ว หากเราเห็นว่าขัดกับการ
แข่งขันหรือสร้างการผูกขาดขึ้น
หรือขัดกับรัฐธรรมนูญมาตรา 50
เราจะเข้าไปจัดการ

ในแง่มุมมองของการแข่งขัน
ทางการค้า การดำเนินการเกี่ยวกับ
โครงสร้างพื้นฐานของรัฐ ซึ่งมี
ลักษณะเป็นการผูกขาดโดย
ธรรมชาติ ต้องใช้จำนวนเงินลงทุน
สูง เช่นเดียวกับสาธารณูปโภค
พื้นฐานอื่นๆ เช่น ระบบไฟฟ้า
ระบบประปา ระบบขนส่งสาธารณะ
โดยปกติเป็นหน้าที่ของรัฐต้อง
พึงจัดหาให้แก่ประชาชน เนื่องจาก
จากเป็นบริการสาธารณะที่มุ่งให้
เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็น



ศ.ดร.สกลธี
วชิรวัฒนา

สำคัญ ดังนั้นในกรณีที่กรุงเทพมหานคร ได้ให้เอกชนเพียงรายเดียวได้รับสิทธิ์ในการบริหารจัดการเป็นระยะเวลายาวนาน ถึง 30 ปีโดยยังไม่มีเงื่อนไขใดๆ ในการกำกับดูแลนั้น ตามหลักของการแข่งขันจะเป็นการสร้างอำนาจตลาด (Market Power) และอำนาจต่อรอง (Bargaining Power) ที่จะส่งผลกระทบต่อ การเข้าสู่ตลาด การเข้าถึงบริการ และ ราคาค่าบริการของ ท่อร้อยสายใต้ดิน ในระยะยาวหากไม่มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม ก็จะทำให้เกิด ปัญหาเชิงโครงสร้างและเชิง พฤติกรรมที่กระทบต่อความเป็นธรรมในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ โทรคมนาคมที่มีอยู่ อันจะนำไปสู่การผูกขาดตลาดในธุรกิจดังกล่าวได้

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (สขค.) ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าของประเทศจึงเห็นว่าการดำเนินการของกรุงเทพมหานคร ควรจะต้องพิจารณาว่าการ ให้เอกชนเพียงรายเดียวซึ่งเป็นผู้ให้บริการในตลาดกิจการ โทรคมนาคม และมีความได้เปรียบในการให้บริการ ทั้งความ

ได้เปรียบเชิงศักยภาพและเชิงพื้นที่ โดยสามารถดำเนินกิจการ ได้นานกว่า 30 ปีนั้นจะสร้างทางเลือกในการใช้บริการและทางเลือกด้านราคามากน้อยเพียงใด กรณีนี้จะเป็นการจำกัดและสร้างอุปสรรคในการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการรายอื่นที่อยู่ในตลาดเดียวกันหรือไม่

นอกจากนี้จะต้องคำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายว่าจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากการดำเนินการดังกล่าวโดยไม่ถูกจำกัด กีดกันหรือกำหนดเงื่อนไขทางการค้าหรือราคาที่เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันอย่างไร โดยควรจะต้องกำหนดเงื่อนไขการให้สิทธิ์ที่ชัดเจน ป้องกันมิให้เกิดลักษณะ พฤติกรรมที่อาจเข้าข่ายเป็นการ ฝ่าฝืนการแข่งขันทางการค้า

ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (สขค.) จะมีการประสานงาน อย่างใกล้ชิดกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในการกำกับดูแล เพื่อป้องกันมิให้เกิดพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ในการดำเนินโครงการการบริหารท่อร้อยสายดังกล่าวต่อไป ■



ว.เชิงดอย



▲ บำเพ็ญพระราชกุศล...พล.อ.สุกิจ ขมะสุนทร ประธาน กสทช. พ.อ.นที ตุกรัตน์ พล.ท.พีระพงษ์ มานะกิจ ประเสริฐ ตีลพิพัฒน์ ธวัชชัย จิตราษันันท์ และ ประวิทย์ ลีสถาพรวงศา กสทช. จัดงานพิธีทำบุญถวายเป็นพระราชกุศลในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมี ไพรัช วรปานิ ร่วมพิธีด้วย ที่สำนักงาน กสทช.

อวดดี

สตริวิทยาคว่ำชัย"อัดคลิป"

ในที่สุดก็ได้ทีมชนะเลิศแล้วในโครงการ
"อัปคลิปพิชิตแดน ซีซั่น 5" ในหัวข้อ
"สร้างสรรค์ หรือ ทำลายอยู่ที่ปลายนิ้ว"

หลังเปิดรับสมัครผลงานการ
ผลิตคลิปหรือหนังสั้นเชิงส่งเสริมสังคม
ความยาว 5 นาที เนื้อหาเกี่ยวข้องกับ
การรณรงค์หรือเตือนสติผู้ใช้
สื่อออนไลน์ เพื่อรับโล่ประกาศ
เกียรติยศ และทุนการศึกษาจาก
สำนักงานคณะกรรมการกิจการ
กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(สำนักงาน กสทช.) และ เว็บไซต์เอ็ม
ไทยดอทคอม ในเครือ โมโน กรุ๊ป
โดยเยาวชนที่คว่ำรางวัล

ชนะเลิศไปครองได้แก่ ทีม HOT MONEY
น้อง ๆ นักเรียนชั้น ม. 5 และ 6 จาก โรงเรียน
สตริวิทยา กรุงเทพมหานคร กับผลงานหนังสั้น
เรื่อง "#แมรีโรส"

สองสาวคนเก่ง นุก-น.ส.ปัทมชญา
จิตรตั้งตรง อายุ 17 ปี และ เอ็น-น.ส.ณัชชา
สรรพวิทย์ อายุ 17 ปี ในฐานะผู้กำกับและเขียน



บท เป็นตัวแทนเพื่อน ๆ ใน
ทีม HOT MONEY ทั้งคู่
เผยว่า ดีใจมาก เพราะ
งานนี้ถือเป็นการ
ประกวดที่ใหญ่มาก
สำหรับเด็กมัธยม
อย่างพวกเรา ถือ
เป็นประสบการณ์
การประกวดที่จะ
เป็นกำลังใจให้เรา
ได้ สำหรับหนังสั้น
#แมรีโรส เราได้ใช้

และใช้โรงเรียนสตริวิทยาในการถ่ายทำตลอด
ทั้งเรื่อง ซึ่งที่มาของหนังสั้นเรื่องนี้ได้แรงบันดาลใจ
มาจาก ข่าวเด็กหญิงชาวมาเลเซียที่เปิดหัวใจ
ในไอจี และให้เพื่อน ๆ กดโพลว่าจะให้เขาไปหรือ
ให้เขาอยู่ และทุกคนก็เลือกให้เขาตาย เราก็เลย
เลือกมาเป็นพล็อตเรื่องนี้

สำหรับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1
ได้แก่ ทีม SLOW-MO TEAM จากเรื่อง "เรา
ตายโลกไม่รู้", รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2
ได้แก่ ทีม ฟัดโตะ ต้นไม้ไหว จากเรื่อง "TOO
FAST", รางวัลชมเชย จำนวน 3 รางวัล ได้แก่
ทีม BLESS ME จากเรื่อง "NO Kidding",
ทีมข้าวต้มมัด จากเรื่อง "HAPPY BIRTH-
DAY" และ ทีม HIP PRODUCTION จาก
เรื่อง "Me who is someone else ตัวฉัน
ที่เป็นคนอื่น" และรางวัลยอดเยี่ยมสูงสุด ได้แก่
ทีมไม้ขีดไฟ จากเรื่อง "มันนา" ซึ่งมีผู้เข้าชมถึง
8,392 วิว

ผู้ที่สนใจชมผลงานหนังสั้นของน้อง ๆ
สามารถเข้าชมผลงานทั้งหมดได้ทาง [https://
video.mthai.com/upclip/ss5](https://video.mthai.com/upclip/ss5)