

# วัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์ม หัวงูชีพ'ทีวีดิจิทัล'

**กรุงเทพธุรกิจ** ● ระบบการวัดความนิยมคนดูรายการโทรทัศน์หรือเรตติ้งยังเป็นหนึ่งในปัญหาคาใจที่ “ทีวีดิจิทัล” เผชิญ เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทั้งรับชมรายการโปรดผ่านหลายอุปกรณ์ ทั้งทีวี สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ส่วนรายการที่รับชมไม่ได้มีแค่จาก “ทีวีดิจิทัล 15 ช่อง” แต่ยังมีคอนเทนต์จากแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ วิดีโอออนไลน์ (ไอที) เป็นต้น

ดังนั้น การวัดเรตติ้งความนิยมจากทีวีเพียงอย่างเดียว จึงไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะงบประมาณมูลค่ามหาศาล ไม่ได้จำกัดอยู่แค่จอแก้ว ตลอดจน

สื่อดั้งเดิมอื่นๆอีกต่อไป แต่ถูกกระจายไปยังสื่อใหม่ “ออนไลน์” มากขึ้น นิลเส็น รายงานภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา 7 เดือนแรก (ม.ค.-ก.ค.2565) มีมูลค่า 68,462 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9% ทีวีครองเม็ดเงิน 37,061 ล้านบาท ลดลง 0.61% และสื่ออินเทอร์เน็ต 15,773 ล้านบาท เติบโต 13.44% ที่เหลือเป็นสื่ออื่นๆ

เมื่อสื่อหลากหลายแพลตฟอร์มทำให้สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ผลักดันให้เกิดระบบ “วัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์ม” ที่แรกในอาเซียน

“พิรธรอง รามสูต” กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์

อ่านต่อหน้า 4

(Cross-Platform Ratings) ที่แรกในอาเซียน โดยการใช้ระบบการวัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์มแบบเต็มรูปแบบจะเกิดขึ้นไตรมาส 1 ปี 2566 เพื่อให้มีมาตรฐานวัดผู้ชมทั้งที่รับชมรายการผ่านหน้าจอโทรทัศน์และผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบัน

เนื่องจาก กสทช.เห็นความสำคัญของการอยู่รอดทางธุรกิจ รวมถึงการยกระดับและพัฒนาอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลในประเทศไทย และให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล จึงได้สนับสนุนงบประมาณเพื่อดำเนินการสำรวจความนิยมของรายการโทรทัศน์แก่สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) เพื่อใช้ในการพัฒนาโครงการวัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์ม ที่สมาคมฯ ได้เลือกบริษัท เอจีบี นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดทำโครงการแบบข้ามแพลตฟอร์ม (Cross-Platform Ratings) ในกรอบระยะเวลา 4 ปี

การวัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์มจะทำให้สถานีโทรทัศน์สามารถวางแผนกลยุทธ์ในการดึงดูดและเพิ่มการมีส่วนร่วมกับผู้ชมได้อย่างแม่นยำมากขึ้น รวมถึงทำให้นักการตลาดมีความเข้าใจพฤติกรรมผู้ชมในทุกแพลตฟอร์มและวางแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสม ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพขึ้น

“ปัจจุบันผู้ประกอบการทีวี มีการนำเสนอเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ การสำรวจความนิยมรายการที่จะต้องมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ จึงควรจะครอบคลุมช่องทางในการรับชมที่หลากหลายด้วย”

“สุภาพ คลี่ข้าย” นายกสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) กล่าวว่า เรตติ้งเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาโดยตลอด ตั้งแต่มีการประมูลทีวีดิจิทัล และมีสถานีโทรทัศน์เกิด 24 ช่อง เนื่องจาก

ระบบวัดเรตติ้งมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจโฆษณาต่างๆ ตลอดจนการพัฒนารายการทีวีให้มีคุณภาพ ตอบโจทย์ผู้ชม

ทั้งนี้ อดีตทีวีมีเพียง 4-5 ช่องหลัก และช่องธุรกิจที่ทำเงินมี 2-3 ช่องเท่านั้น เมื่อเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัล และมีเพิ่มเป็น 24 ช่อง ทำให้ระบบการวัดเรตติ้งเดิมไม่ตอบสนองสิ่งที่เกิดขึ้นจริง โดยเฉพาะการรับชมรายการทีวี

ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการแก้ไขเพื่อบริหารระบบการวัดเรตติ้งแต่ขอให้มีการยกเลิกการวัดเรตติ้งใหม่ทั้งหมด โดยประสานกับ กสทช. เพื่อยื่นเสนอโครงการขอสนับสนุนงบประมาณ มีการประมูลทำเรตติ้ง ซึ่งหลายบริษัทเสนอตัวเข้ามา แต่ถึงจุดหนึ่งไม่สามารถไปต่อได้ จึงหารือกับ กสทช. เพื่อกลับไปทำงานร่วมกับนิลเส็นในการทำเรตติ้ง พร้อมทั้งของบประมาณสนับสนุนกว่า 400 ล้านบาท

“เราต้องการยกเลิกระบบวัดเรตติ้ง ไม่ใช่แค่ปรับ การกลับไปคุยกับนิลเส็นใหม่ จึงกำหนดเงื่อนไขเรื่องการวัดเรตติ้งทั้งหมด ซึ่งระบบวัดเรตติ้งใหม่ข้ามแพลตฟอร์ม ไม่ใช่ผู้ประกอบการมุ่งแข่งขันว่าใครเรตติ้งมากกว่า เพื่อหางบประมาณ แต่เรตติ้งเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมทีวี เพราะหากเรตติ้งไม่ตอบสนองข้อเท็จจริงด้านประชากรศาสตร์ ทั้งเพศ อายุ อาชีพ การศึกษาว่าใครชอบดูรายการอะไร เวลาไหน จะทำให้ปัญหาการพัฒนารายการทีวีไม่เกิดขึ้น สุดท้ายคนดูจะพูดว่ามีจำนวนช่องเพิ่มมากขึ้น แต่ไม่มีรายการอะไรใหม่ๆให้ดู ด้านผู้ประกอบการก็ต้องการเห็นคืออุตสาหกรรมทีวีมีการเติบโตอย่างมีคุณภาพด้วย”

“อารอน ริกบี้” กรรมการผู้จัดการบริษัท เอจีบี นิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า การวัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์มจะวัดรวมความนิยมในการรับชมรายการโปรดทั้งทีวี แพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ รวมถึงรายการออกอากาศสด และรับชมย้อนหลัง โดยระยะเวลา 3 วัน 5 วัน ที่รับชมเรตติ้งเปลี่ยนแปลงมาน้อยเพียงใด และมีการตัดผู้ชมซ้ำ สามารถดูเส้นทางการรับชมหรือเจอร์นี่ เพื่อให้ผู้ประกอบการ เอเยนซี่ สามารถนำไปวิเคราะห์พฤติกรรมคนดู และวางแผนการตลาดโฆษณาได้อย่างเหมาะสม แม่นยำ มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

▶ ต่อจากหน้า 1

## วัดเรตติ้ง

และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กล่าวว่า สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) เปิดตัวระบบวัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์ม

ทั้งนี้ในยุคดิจิทัลที่สื่อหลากหลายแพลตฟอร์มคอนเทนต์มีมหาศาล ผู้บริโภคไม่ได้ดูทีวีลดลงแต่เปลี่ยนอุปกรณ์ในการรับชมเท่านั้นจากการสำรวจเรตติ้งใหม่ 8 ส.ค.ที่ผ่านมาการรับชมรายการผ่านสตรีมมิ่งช่วยให้คนดูรายการทีวีในไทยเพิ่มขึ้น 43.12%

เทียบสหรัฐ เพิ่มขึ้น 58.1%

ด้านวิธีการวัดเรตติ้งแบบใหม่ จะมีกลุ่มตัวอย่างราว 2,400 คน ซึ่งจะมีการติดตั้งทั้งมิเตอร์เพื่อวัดการรับชมรายการทีวีและ Cencus ซึ่งมี SDK อยู่บนอุปกรณ์ในการรับชมรายการผ่านแพลตฟอร์มโอทีที คอมพิวเตอร์ และแท็บเล็ต ส่วนแพลตฟอร์มนอกจากทีวี จะมีเพลเยอร์ (Players) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันของช่องทีวีดิจิทัล รวมถึงแพลตฟอร์มต่างประเทศเข้ามาเพิ่ม เช่น TrueID Facebook Netflix Youtube ซึ่งแพลตฟอร์มเหล่านี้อยู่ระหว่างการเจรจาในการติดตั้งวิธีการวัดเรตติ้ง

อย่างไรก็ตาม นีลเสนฯ จะส่งมอบข้อมูลเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์มให้กับสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) สำนักงาน กสทช. และอุตสาหกรรมตามช่วงเวลาต่างๆ เช่น ชุดข้อมูลแยกเป็นข้อมูลจากการรับชมผ่านทีวี (รายการสดผ่านทีวีทั่วไปและสตรีมมิ่ง) และการรับชมผ่านดิจิทัล (คอมพิวเตอร์, แท็บเล็ต, สมาร์ทโฟน) ส่งมอบ ส.ค.2565 ชุดข้อมูลข้ามสื่อจากการรับชมผ่านทีวี + ดิจิทัล (คอมพิวเตอร์, แท็บเล็ต, สมาร์ทโฟน) เป็นรายการสดผ่านทีวีทั่วไปและสตรีมมิ่ง ส่งมอบเดือนกันยายน 2565 โดยข้อมูลแบบเต็มรูปแบบ (Cross-Platform Ratings) ส่งมอบเดือนกุมภาพันธ์ 2566

สำหรับการสำรวจแบบข้ามแพลตฟอร์ม นีลเสนฯ จะดำเนินการภายในกรอบระยะเวลา 4 ปี เพื่อให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลอุตสาหกรรม ฯลฯ นำไปใช้ประโยชน์ หลังจากนั้นการใช้ข้อมูลเรตติ้งจะมีการซื้อขายกันตามปกติ



# วัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์ม

น.ส.พิรงรอง รามสูต กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า สำนักงาน กสทช. ได้ร่วมกับสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) เปิดตัวระบบวัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์ม (ครอส แพลตฟอร์ม เรตติ้ง) ที่แรกในอาเซียน ซึ่งจะเปิดให้ใช้ระบบแบบเต็มรูปแบบในไตรมาสที่ 1 ปี 66 เพื่อให้มีมาตรวัดผู้ชมทั้งที่รับชมรายการผ่านหน้าจอโทรทัศน์และผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

“สำนักงาน กสทช. เห็นถึงความสำคัญของความอยู่รอดทางธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล จึงได้สนับสนุนงบประมาณเพื่อดำเนินการสำรวจความนิยมช่องรายการโทรทัศน์แก่สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) เพื่อใช้ในการพัฒนาโครงการการวัดเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์ม ซึ่งได้เลือกบริษัท เอจีพี นีลเส็น มีเดีย

รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้จัดทำการสำรวจแบบข้ามแพลตฟอร์ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเรตติ้งผ่านหน้าจอทีวี และการรับชมแบบดิจิทัล ในกรอบระยะเวลา 4 ปี งบประมาณ 288 ล้านบาท”

น.ส.พิรงรอง กล่าวว่า ข้อมูลเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นใหม่นี้จะสามารถตัดตัวเลขผู้ชมซ้ำทั้งการดูรายการสด และดิจิทัลสตรีมมิ่งโดยไม่จำกัดว่าจะใช้แพลตฟอร์มหรืออุปกรณ์ใด ทำให้สถานีโทรทัศน์สามารถวางแผนกลยุทธ์ ในการดึงดูดและเพิ่มการมีส่วนร่วมกับผู้ชมได้อย่างแม่นยำมากขึ้น นอกจากนี้จะทำให้เกิดการตลาดมีความเข้าใจพฤติกรรมผู้ชมในทุกแพลตฟอร์มและวางแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสม ตรงเป้าหมาย กลุ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และทำให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องเป็นกลาง สะท้อนความนิยมของผู้ชมรายการ และได้รับความเชื่อถือจากผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ และมีเดียเอเจนซี เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ร่วมกัน.

**TELECOMMUNICATIONS**

# Cross-platform rating system makes debut

**KOMSAN TORTERMVASANA**

The National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) has unveiled a cross-platform rating system for the first time in Asean that enables the viewership measurements of both television and digital platforms.

The new rating system is set to provide a single, deduplicated and incremental audience metric across linear and digital streaming, regardless of platform or device.

The move is aimed at establishing a better standard system that deals with digital disruption, exploding content and rapidly changing consumer behaviour.

The project is financially supported by a fund from the NBTC worth 288 million baht.

Pirongrong Ramasoota, an NBTC board member, said the regulator has recognised the importance of business survival and the development of Thailand's television industry, in line with changes in technology and consumer behaviour in the digital era.

The NBTC allocated the budget to the Association of Digital Television Broadcasting (ADTEB) to pursue this project and the ADTEB then chose AGB Nielsen Media Research (Thailand) to develop the system and conduct the cross-platform ratings over the next four years.

The newly developed cross-platform ratings data will deduplicate figures for both live viewing and digital streaming without limitation on any platforms or devices, Ms Pirongrong said.

This allows TV stations, media agencies and distributor platforms to more precisely plan strategies to attract and increase audience engagement.

It will also enable marketers to understand audience behaviour on all platforms and make appropriate marketing plans, she said.

More importantly, the new system will definitely help drive competition in television and broadcasting industries in terms of content quality too, she said.

At present there are 15 digital television channels, down from 24 at the start.

"Today, television operators are delivering content through a variety of digital platforms and the rating system has to be accurate and credible," said Ms Pirongrong.

Pumtat Boonyakarn, client service director of AGB Nielsen Media Research (Thailand) and head of the cross-platform project, said the company will deliver cross-platform ratings data to ADTEB, NBTC and those in the industry, respectively.

In August, the company will deliver data sets in two categories — viewership on live linear television (traditional and streaming) and through digital devices (computers, tablets and smartphones).

In September, the data set delivered will concern live viewership ratings in both linear television and digital devices.

In the fourth quarter, the data set delivered will involve viewership ratings on both linear television and digital devices for playback programmes.

The company will deliver a full data set of cross-platform ratings in February next year.

Mr Pumtat said the rating system will benefit all parties as it delivers a daily view of how Thai people engage with videos across all platforms as well as powering the industry for strategic and tactical decisions for media buyers and sellers.





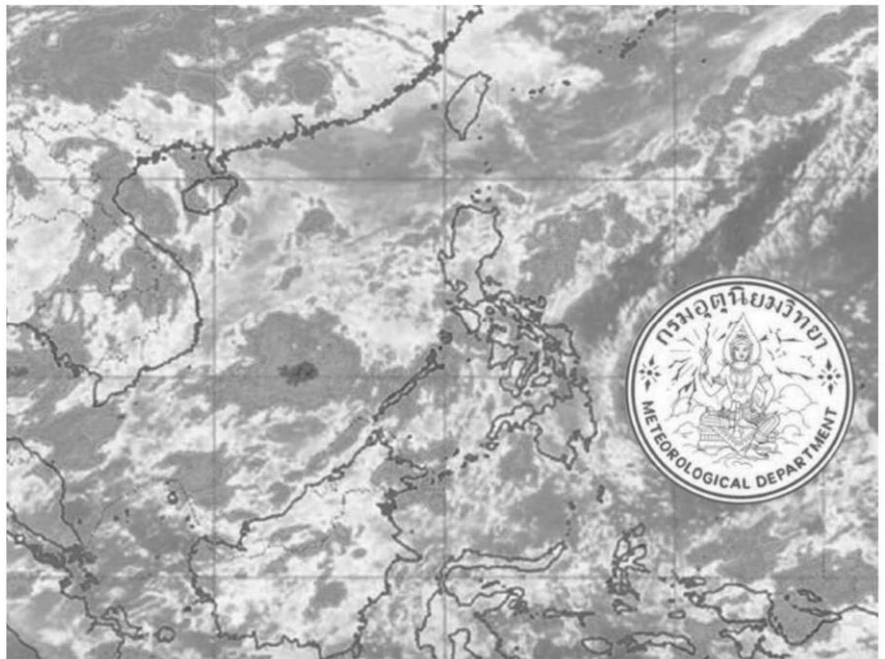
## เศรษฐกิจ

# กรมอุตุนิยมวิทยา ทราบนส์ฟอร์มองค์การสู่ยุค 4.0 สารตั้งต้นข้อมูลรอบทิศ ...มากกว่าแค่พยากรณ์

**‘ยู** คติจิตล’ มีแอปพลิเคชันมากมายให้  
เลือกตรวจสอบเช็คสภาพอากาศ  
แต่แอปพลิเคชันที่แม่นยำที่สุดทุก  
วันนี้ อาจไม่ใช่ 100% เพราะการพยากรณ์ =  
การคาดการณ์ และยากที่จะคาดเดาในระยะยาว  
เพราะสภาพอากาศขณะนั้นดูปลอดโปร่งสดใสดี  
แต่อยู่ๆ เมฆดำทะมึนก็แผ่ลงมาปกคลุม กลายเป็น  
เม็ดฝนโปรยปรายลงมาชะอย่างงั้น

น.ส.ชมภารี ชมภูรัตน์ อธิบดีกรมอุตุนิยมวิทยา  
เปิดเผยว่า หลังเข้ารับตำแหน่งเมื่อเดือน  
มีนาคม 2565 นโยบายที่มอบให้เจ้าหน้าที่กรม  
อุตุนิยมวิทยา คือต้องเป็นมากกว่าผู้ทำหน้าที่  
พยากรณ์อากาศ เป็นมากกว่าการรายงานสภาพ  
อากาศ และฟ้าฝนจะตกเมื่อไร แต่บทบาทของ  
กรมอุตุนิยมวิทยา ต้องบอกให้ได้ว่า ประโยชน์ที่ประชาชน  
แต่ละพื้นที่ซึ่งมีสภาพแวดล้อมแตกต่างกันมี  
อย่างไรบ้าง เช่น กลุ่มเกษตรกร เพื่อวางแผน  
ในการใส่ปุ๋ย ให้น้ำ, กลุ่มประมง เพื่อวางแผน  
การเดินทาง กลุ่มอุตสาหกรรม คนเมือง ต้องการ  
ข้อมูลพยากรณ์อีกแบบหนึ่ง เป็นต้น

ทั้งนี้ อุปสรรคที่จะทำให้กรมอุตุนิยมวิทยา  
สามารถมีข้อมูลลงลึกเฉพาะพื้นที่ต่างๆ คือ  
อุปกรณ์ในการวัดสภาพอากาศ, ปริมาณน้ำฝน  
ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ติดตั้งมานานตั้งแต่ก่อตั้งกรม



อุตุนิยมวิทยามา 80 ปีที่แล้ว ขณะเดียวกันการ  
เก็บข้อมูลยังอาศัยแรงงานจากคนในพื้นที่ เข้าไป  
จดข้อมูลเป็นช่วงเวลา เช่น 9 โมงเช้าครั้งเดียว  
ดังนั้น ประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูล เพื่อมา  
พยากรณ์อากาศจึงไม่แม่นยำ

ประกอบกับอุปกรณ์ดังกล่าวมีไม่ทั่วถึง เช่น

จังหวัดขอนแก่น แม้จะเป็นจังหวัดเดียวกัน แต่  
คนละตำบล มีสภาพอากาศแตกต่างกันอย่างคาด  
ไม่ถึง เพราะพื้นที่ที่ต่างกัน นอกจากนี้ สภาพ  
อากาศที่แปรปรวน ทำให้ข้อมูลที่ได้ต่อวันคาด  
เดายาก จำเป็นต้องมีการวัดสภาพอากาศแบบ  
เรียลไทม์เพื่อความแม่นยำ

# มติชน สุดสัปดาห์

Matchon Weekend  
Circulation: 500,000  
Ad Rate: 370

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 12 - พุธสัปดาห์ 18 สิงหาคม 2565

ปีที่: 42

ฉบับที่: 2191

หน้า: 26(กลาง), 27

Col.Inch: 84.11

Ad Value: 31,120.70

PRValue (x3): 93,362.10

клип: ขาว-ดำ

คอลัมน์: เศรษฐกิจ: กรมอุตุนิยมวิทยา พยากรณ์อากาศ 4.0 สารตั้งต้นข้อมูลรอบทิศ...มากกว่า...

การนำดิจิทัลเข้ามาช่วยอย่างเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของฟิสิกส์ (ไอโอที) จะเข้ามาช่วยให้การวัดสภาพอากาศ, ปริมาณน้ำฝน สามารถรายงานได้แบบเรียลไทม์ กรมอุตุนิยมวิทยาจึงร่วมกับโครงการแผนบูรณาการน้ำ ในการเป็นผู้เก็บสถิติปริมาณน้ำฝน เพื่อให้รัฐบาลวางแผนการบริหารจัดการน้ำ ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการเขียนเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้างในการติดตั้งอุปกรณ์วัดปริมาณน้ำฝนแบบไอโอทีมาทดแทนอุปกรณ์เดิมเพื่อติดตั้งยังอำเภอเป้าหมาย 1,100 จุด ภายใต้งบประมาณ 615 ล้านบาท

ซึ่งข้อมูลนี้ยังสามารถส่งต่อไปยังเกษตรกรเพื่อวางแผนในการทำการเกษตร, ผู้ว่าราชการจังหวัดในการวางแผนช่วยเหลือประชาชน ตลอดจนประชาชนที่ต้องการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้

**ส**วนปรากฏการณ์เอลนีโญ และลานีญา ที่มีผลต่อสภาพอากาศทั้งภัยแล้งและมรสุมหนักสัปดาห์นั้น อธิบดีกรมอุตุนิยมวิทยา กล่าวว่า เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่ส่งผลให้สภาพอากาศแปรปรวนจากที่เคยเป็นร่องมรสุมที่คาดว่าจะมีฝนในรูปแบบที่เรียนมา กลับไม่เป็นเช่นนั้น ทำให้ Nowcasting หรือการรายงานสภาพอากาศรายวัน จำเป็นมากขึ้น อุปกรณ์ตรวจวัดต่างๆ ต้องเป็นการรายงานแบบเรียลไทม์

“การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ไม่ใช่เราจะเอาคนออก แต่ต้องปรับบทบาทของเจ้าหน้าที่ เปลี่ยนเป็นผู้บำรุงรักษาอุปกรณ์ที่เก่าแก่ให้ยืดอายุออกไป ดังนั้น คนกรมอุตุนิยมวิทยาบอกว่า กระบวนการงาน” อธิบดีกรมอุตุนิยมวิทยา กล่าว

น.ส.ชมภารีกล่าวว่า กรมอุตุนิยมวิทยา ในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการตรวจ เฝ้าระวัง ติดตาม รายงานสภาพอากาศ อากาศเพื่อการบิน และปรากฏการณ์ธรรมชาติ พยากรณ์อากาศและเตือนภัยที่เกิดจากธรรมชาติ ข้อมูลที่กรมอุตุนิยมวิทยาทำต้องส่งไปยังกรมอุตุนิยมวิทยาโลก เพื่อให้เอกชน

ทั่วโลกสามารถเข้าถึงข้อมูลและสร้างบริการหรือแอปพลิเคชันแก่ประชาชน

ดังนั้น สิ่งที่ประชาชนตั้งคำถามคือทำไมต้องมีกรมอุตุนิยมวิทยา ในเมื่อดูบริการจากเอกชนได้นั้น จึงเป็นความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน เพราะกรมอุตุนิยมวิทยา ของทุกประเทศต้องทำหน้าที่เก็บข้อมูลของประเทศตนเอง หากไม่มีการเก็บข้อมูล ก็ไม่มีสารตั้งต้นให้เอกชนนำมาสร้างแอปพลิเคชันที่เห็นอยู่ทุกวันนี้

**ค**งนั้น ความสำคัญของกรมอุตุนิยมวิทยา คือ การมีข้อมูลมหาศาลทั้งข้อมูลปัจจุบัน และสถิติย้อนหลังที่พร้อมส่งให้ทุกหน่วยงานรวมถึงประชาชนที่ต้องการใช้ประโยชน์ ซึ่งการพยากรณ์อากาศมีจำนวนตัวแปรที่เกี่ยวข้อง และความซับซ้อน ระหว่างตัวแปรการเพิ่มขึ้นของข้อมูลที่ได้จากการรวบรวม และประมวลผลข้อมูล ต้องมีอุปกรณ์ภาคพื้นดิน, การตรวจบนอากาศ, เรดาร์ และดาวเทียม ตลอดจนการดูแผนที่ประกอบกัน

บิดาที่ที่สำคัญนี้ ทำให้กรมอุตุนิยมวิทยา ทำโครงการกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (ดีป้า) วางผังเมืองร่วมกับจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจำเป็นต้องมีข้อมูลสถิตินี้ ส่วนเรื่องท่องเที่ยวจะทำงานร่วมกับเมืองพัทยา ส่วนดีป้าจะมีโครงการแยกการอนในการเห็นทาสตาร์ดอปด้วย โดยมอบให้กรมอุตุนิยมวิทยา ให้สตาร์ดอปคิดเพื่อนำมาใช้ต่อไป ที่ผ่านมารกรมอุตุนิยมวิทยา ยอมรับว่าไม่เก่งเรื่องการสื่อสารสู่ประชาชนให้เข้าใจง่ายและทันสมัย จึงต้องให้สตาร์ดอปเข้ามาช่วย

ขณะเดียวกัน กำลังขยายความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในการแจ้งเตือนภัย การพยากรณ์อากาศรายพื้นที่ไปยังประชาชนพื้นที่ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดย กสทช.เป็นตัวกลางทำงานร่วมกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (โอเปอเรเตอร์) ในลักษณะ ‘เซลล์ บรอดแคสต์’ เมื่อ

ประชาชนเดินทางไปยังพื้นที่ต่างๆ จะได้รับข้อความเตือนภัยผ่านเอสเอ็มเอส

“ระบบนี้มีต่างประเทศใช้แล้ว 19-20 ประเทศ เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ไต้หวัน เป็นต้น ระบบคล้ายกับโปรแกรมที่เมื่อเดินเข้าห้างสรรพสินค้า แล้วได้รับเอสเอ็มเอสโปรแกรมเข้าเบอร์มือถือ ตรงนี้จะตอบโต้มากกว่าการแจ้งผ่านไลน์กลุ่ม เพราะคนจะรู้ข่าวสารต้องเข้าร่วมกลุ่ม มีข้อจำกัดหรือก่อนหน้า มีแนวคิดให้โอเปอเรเตอร์ส่งเป็นข้อความไปยังมือถือประชาชนเลยโดยเลือกให้ตรงกับพื้นที่ แต่มีข้อจำกัด เพราะการดึงข้อมูลและส่งผ่านต้องใช้เวลานาน เช่น คนเชียงใหม่มี 10 ล้านเลขหมาย กว่าโอเปอเรเตอร์จะดึงเลขหมายแยกออกมาจากจำนวน 100 ล้านเลขหมาย ที่เคยส่งตั้งแต่เที่ยงวันยันเที่ยงคืน ซึ่งไม่ทันต่อเหตุการณ์ หากโครงการนี้เกิดมันจะต่อยอดไปยังการแจ้งเตือนเรื่องอื่นๆ ได้ด้วย เช่น เรื่องอาชญากรรม การแจ้งเตือนภัย ไฟไหม้ เป็นต้น” น.ส.ชมภารีกล่าว

**เป็นองค์กรที่อยู่มานาน ทั้งความเพียร เก่งกาจ ทำให้ต้องจับตาว่า การขยายใหญ่ปรับโฉม ‘กรมอุตุนิยมวิทยา’ นี้ จะสามารถเกิดขึ้นได้จริงหรือไม่ ●**



# ชมภารี ชมภูรัตน์ อธิบดีหญิงหน้าใหม่ ป้ายแดง ทลาย Comfort Zone ปรับกรมอุตุฯ สู่ยุค 4.0



## รายงานพิเศษ

**ช**อ “ชมภารี ชมภูรัตน์” เป็นที่รู้จักขึ้นมาทันทีโดยไม่ต้องทำพิธีการให้เสียสตางค์ เมื่อ “โจ-ยุทธพงศ์ จรัสเสถียร” รองหัวหน้าพรรคเพื่อไทย กล่าวพาดพิงในสภาทั้งชื่อจริง นามสกุลจริง พร้อมชื่อเล่น ในวันที่มีการอภิปราย พ.ร.บ.งบประมาณ พ.ศ.2566 ขณะที่หลายคนเพิ่งรู้ว่าอธิบดีกรมอุตุนิยมวิทยาคนปัจจุบันเป็นผู้หญิง เพียงแต่เธอไม่ใช่ผู้หญิงคนแรกของกรม แต่เป็นคนที่สอง เพราะก่อนหน้านี้คนแรกเป็นข้าราชการลูกหม้อดำรงตำแหน่งได้ไม่กี่เดือนก็เกษียณ

ชมภารี ชื่อเล่นว่า “ต่าย” มาจากครอบครัวที่แม่เป็นข้าราชการพ่อเป็นนักธุรกิจชนชั้นกลางในจังหวัดเชียงใหม่ หลังจบมัธยมจากโรงเรียนมงฟอร์ตฯ ได้เดินทางเข้ากรุงเทพฯ ไปเรียนต่อคณะบริหารธุรกิจ ที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (เอแบค) เรียนจบเข้าทำงานบริษัทเอกชนได้หนึ่งปีก็ลาออกกลับไปอยู่บ้านเพราะพ่อแม่ป่วย

จากนั้นเข้าเรียนปริญญาโทคณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ต่อด้วยปริญญาเอก (ประชากรศึกษา) มหาวิทยาลัยมหิดล

เมื่อเกิดวิกฤตต้มยำกุ้ง แม่ขอร้องให้ไปสอบ ก.พ. อยากให้เป็นข้าราชการ เอาใจแม่ไปสอบและสอบได้ เริ่มงานตำแหน่งแรกที่กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ (ยังไม่เป็นกระทรวงอุดมศึกษา) นั่งหน้าห้องปลัดกระทรวงสันติ ศาสตร์ จากนั่นย้ายไปอยู่สำนักนายกรัฐมนตรี

แล้วย้ายข้ามไปกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดีอีเอส)

**ช**มภารีได้รับการทาบทามจากผู้ใหญ่ให้ไปเป็นอธิบดีกรมอุตุนิยมวิทยา เข้ารับตำแหน่งเมื่อเดือนมีนาคม 2565 เมื่อต้องมาเป็นอธิบดีหน้าใหม่ ป้ายแดง เป็นสิ่งที่เธอบอกว่า “ไม่นึกไม่ฝัน” ขณะเดียวกันก็ “หนักใจ”

เธอว่า “...เพราะกรมอุตุฯ เป็นหน่วยงานที่ค่อนข้างมีความเฉพาะทาง และในอดีตอธิบดีล้วนเป็น ‘คนใน’ เท่านั้น แต่ผู้ใหญ่ก็ให้กำลังใจ บอกว่าตัววิชาชีพเฉพาะนั้นไม่เล้าหนาที่ นักวิชาการปฏิบัติงานอยู่แล้ว แต่เราในฐานะผู้บริหารเข้าใจงานบริหารสามารถเติมเต็มในส่วนที่เขาคาด เพราะส่วนมากนักวิชาการหรือคนปฏิบัติงานมักไม่ถนัดเรื่องการบริหาร...”

ด้วยความที่เป็นผู้หญิงเข้ามาทำงานแบบโดดเดี่ยว วันแรกจึงโดน “รับน้อง” แบบเบาะๆ มีการส่งไลน์ต่อว่าเรื่องปิดถนนทำให้คนในกรมเดือดร้อนในวันที่ไปสักการะพระอนุสาวรีย์กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ก่อนเข้าทำงานอย่างเป็นทางการ

ต่อเมื่อได้เห็นสไตล์การทำงานที่ผ่านมา 3-4 เดือน สิ่งยวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงลบก็ค่อยลงและเริ่มมีเสียงตอบรับที่ดี

“...คือสไตล์การทำงานของแต่ละคนไม่เหมือนกัน เราตัดสินใจเคยทำงานกับผู้ใหญ่ทุกอย่างต้องเร็ว ช้าไม่ได้ ก็จะทำงานเร็ว คนในกรมยังไม่ชิน บางที่มีดราม่า เสาร์-อาทิตย์ก็ต้องตามงานหรือส่งงานโดยตรง ไม่ต้องผ่านสองชั้นสามชั้นจะได้เข้าใจและทำถูกไม่ต้องแก้ไปแก้มา ซึ่งคิดว่าตอนนี้เขาเริ่มชินกันแล้ว...”

เมื่อต้องมารับหน้าที่มือใหม่หัดขับ ความตั้งใจที่จะพัฒนากรมอุตุฯ สิ่งแรกคือการเปลี่ยนองค์กรให้เป็นดิจิทัล นำ IoT (Internet of Thing) เข้ามาช่วยในการวัดสภาพอากาศ ปริมาณน้ำฝน สามารถรายงานได้แบบเรียลไทม์

ที่ผ่านมาเครื่องมือตรวจวัดอากาศระดับผิวพื้น บางแห่งเป็นอุปกรณ์ที่ติดตั้งมาตั้งแต่ 80 ปีที่แล้ว ยังเป็นรูปแบบแมนวอล ใช้ถังกองรับปริมาณน้ำฝนเพื่อตรวจวัด และวัดอุณหภูมิด้วยระบบเทอร์โมมิเตอร์ ส่งข้อมูลวันละครั้ง ในบางวันที่วิกฤตถึงจะส่งสองครั้งต่อวัน ทำให้ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับไม่เพียงพอในการนำไป





พยากรณ์อากาศ จึงเกิดความไม่แม่นยำของการพยากรณ์ ดังนั้น จำเป็นต้องมีเครื่องมือตรวจวัดที่ปักหรือตั้งอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างถี่ เพื่อให้ได้ข้อมูลมากที่สุดทำให้ผิดพลาดน้อยและแม่นยำมากขึ้น

“ขณะนั้นกรมอุตุนิยมวิทยาอยู่ระหว่างการเขียนเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้างในการติดตั้งอุปกรณ์วัดปริมาณน้ำฝนแบบ IoT มาทดแทนอุปกรณ์เดิมเพื่อติดตั้ง 1,100 จุด ภายใต้งบประมาณ 615 ล้านบาท ซึ่งจะพยายามผลักดันให้ทันภายในปีงบประมาณ 2565 เนื่องจากที่ผ่านมามีปัญหาโควิด มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ทำให้การดำเนินงานขาดช่วงเลยค้างคาขึ้นมา ตอนนั้นมีการร่างที่โออาร์และเชิญผู้ที่มีความรู้ความสามารถมาเป็นกรรมการ เพื่อให้มีความโปร่งใส เป็นกลางที่สุด...” อธิบดีสาวกล่าว

และว่า นอกจากนี้ กรมอุตุนิยมวิทยาได้ร่วมมือกับโครงการแผนบูรณาการน้ำ ในการเป็นผู้เก็บสถิติปริมาณน้ำฝนเพื่อให้รัฐบาลวางแผนการบริหารจัดการน้ำด้วย

เรื่องถัดมาเป็นการ up-skill บุคลากรภายในหน่วยงาน โดยจะปรับโครงสร้างพนักงาน เปลี่ยนแปลงลักษณะงานและอาจจะต้องเพิ่มความรับผิดชอบงานให้มากขึ้น ทุกวันนี้ส่วนมากเจ้าหน้าที่ของกรมอุตุนิยมวิทยา จบการศึกษาระดับ ปวช. ปวส. จึงต้องส่งเสริมความรู้เจ้าหน้าที่ให้มากขึ้น ที่สำคัญที่ต้องทำให้ได้ เป็นการเพิ่มความเป็นอยู่ของพนักงานให้ดีขึ้น ที่ผ่านมามีการลงพื้นที่ไปตรวจเยี่ยม ชมภารีพบว่าบ้านพักบางสถานีสภาพใช้งานไม่ได้หลังคาเปิดบ้าง รั่วบ้าง หรือพังทรุดโทรมอยู่ไม่ได้เพราะสร้างมา 40-50 ปีแล้ว

“...ตอนนั้นเริ่มให้สำรวจบ้านพัก สถานีไหนต้องซ่อมแซม สถานีไหนอยู่ไม่ได้ต้องเปลี่ยนใหม่ แก้ปัญหาเป็นเฟสๆ ไป กลายเป็นว่าตอนนั้นเข้ามาสั่งอะไรเยอะมากจนทุกคนเลยมีข่าวอึดอัดอยู่ไม่นานหรอกเดี๋ยวก็ไป ขบวนการข่าวลือข่าวเล่าเยอะมาก...” หัวเราะเสียงดัง

“...ที่ผ่านมามีปัญหาการแจ้งเตือนภัยประชาชน ยังไม่ทั่วถึงแม้ว่าเป็นหน้าที่ของ ปก. (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย) แต่หลายหน่วยงานได้นำข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยา ไปใช้ ยกตัวอย่าง กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข นำข้อมูลไปช่วยในการวิเคราะห์โรคติดต่อที่มาจากแมลง ดูว่าแมลงชนิดไหนติดต่อยายพันธุ์ช่วงไหน จะได้วางแผนฉีดยาฆ่าแมลง ส่วนกรมอนามัยนำ

ข้อมูลไปคำนวณเรื่องฮีต อินเด็กซ์ จะได้เตือนประชาชนเรื่องฮีตสโตรก ทำให้สามารถจัดการด้านสาธารณสุขและยังช่วยลดค่าใช้จ่าย ลดปริมาณงานของแพทย์ พยาบาล หรือคนในกรุงเทพฯ อย่างรู้ว่าต้องซักผ้าตากผ้า แม่ค้าอย่างรู้ว่าจะตั้งแผงลอยดีไหม หรือ วางแผนการกลับบ้าน เพราะฉะนั้น ข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยาเกี่ยวพันไปทุกเช็กเตอร์...”

ที่เป็นประโยชน์อย่างมาก คือการนำข้อมูลกรมอุตุนิยมวิทยา ไปใช้ในสมรรถนะที่ดี โดยบริษัทภูเก็ตพัฒนาเมือง ได้พัฒนาแอปพลิเคชันเชื่อมกับข้อมูลจากกรมอุตุนิยมวิทยา นำไปวิเคราะห์และวางแผนในการชุดคลองซึ่งจะเปิดตัวที่ภูเก็ตเป็นแห่งแรก กลางเดือนกันยายน 2565

นอกจากนี้แล้ว การ “เปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่” ในการรายงานอากาศ จะเปลี่ยนภาษาที่ใช้สื่อกับชาวบ้านให้ฟังง่ายและเข้าใจมากขึ้น ปรับแก้เว็บไซต์ของกรมอุตุนิยมวิทยา ให้ดูง่ายขึ้น

“...เรื่องที่ต้องเร่งทำ คือกำลังจะขยายความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการกระจายเสียง การโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในการแจ้งเตือนภัย การพยากรณ์อากาศรายพื้นที่ไปยังประชาชนในพื้นที่ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งต้องให้ กสทช. เป็นตัวกลางในการทำงานร่วมกับผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือในลักษณะเซลล์ บรอดแคสต์ (Cell Broadcast) ประชาชนจะได้รับข้อความเตือนภัยผ่านเอสเอ็มเอส ซึ่งโอเปอเรเตอร์แจ้งว่ามีค่าใช้จ่ายในการลงทุนระบบเพิ่ม จึงอยู่ระหว่างการหารือเรื่องงบประมาณ ระบบนี้มีต่างประเทศใช้แล้ว เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ได้เห็นระบบคล้ายกับโปรโมชันที่เมื่อเราเดินเข้าห้างสรรพสินค้า แล้วได้รับเอสเอ็มเอสเข้ามือถือ อันนี้จะตอบใจหย่มากกว่าการแจ้งผ่านไลน์กลุ่ม ซึ่งมีข้อจำกัด เพราะคนจะรู้ข่าวสารต้องเข้าร่วมกลุ่ม และกว่าจะดึงข้อมูลส่งผ่านทวิตเตอร์ใช้เวลานาน ไม่ทันต่อเหตุการณ์ หากโครงการนี้เกิดจะต่อยอดไปยังการแจ้งเตือนเรื่องอื่นๆ ได้ด้วย เช่น อาชญากรรม การแจ้งเตือนภัย ไฟไหม้ เป็นต้น...”

พูดถึงตรงนี้อธิบดีหญิงสรุปภาพรวม ว่าช่วงนี้เป็นช่วงที่วางตัวโครงการของปี 2566 ไว้หมดแล้ว อาจจะต้องใช้โอกาสปลายปีนี้ทำแผนของปี 2567 จากนั้นจึงจะดำเนินการโครงการใหญ่ๆ ได้

“เราพยายามจะบูรณาการร่วมมือกับทุกหน่วยงาน ตอนนี้อธิบดีทำตัวเหมือนสตัลล์ขายของแล้วละ ไปพบทุกหน่วยทำเอ็มโอยูขอความร่วมมือ ส่วนไหนที่เขามีข้อมูลเราก็พยายามเชื่อมมาเพื่อเอามาใช้ประโยชน์ในการพยากรณ์ทำให้แม่นยำขึ้น การที่เราจะเปลี่ยนแปลงอะไรคงต้องอาศัยเวลา เข้ามายังไม่ถึง 6 เดือน อาจจะต้องขอเวลามากกว่านี้ เนื่องจากว่าตอนนี้ภารกิจของกรมอุตุนิยมวิทยาที่ผ่านมามีหลายท่านไม่เข้าใจ ว่าทำไมกรมต้องมาตั้งระดับวัดน้ำ ทำไมไม่เป็นการกิจของกรมชลประทาน ที่จริงแล้วเราเป็นตัวแทนของประเทศที่เข้าไปเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์การอุตุนิยมวิทยาโลก หรือ WMO จึงเป็นภารกิจข้อตกลงต้องส่งข้อมูลให้ WMO”

ดังนั้น ความสำคัญของกรมอุตุนิยมวิทยานับต่อจากนี้ไป จำต้องทลาย Comfort Zone และร่วมมือร่วมใจกันสร้างข้อมูลจำนวนมหาศาล พร้อมส่งต่อให้กับทุกหน่วยงานที่ต้องการใช้ประโยชน์ บทบาทและหน้าที่ของกรมอุตุนิยมวิทยาจึงไม่ได้มีแค่เพียงการพยากรณ์อากาศ แต่เป็นหน่วยงาน “สารตั้งต้น” ของทุกฝ่าย ●