

คาดใช้ดาต้า ก้าวกระโดด หลังเคาะ4จี

โพสต์ทูเดย์ กลทพ.คาดปริมาณ
การใช้งานข้อมูลพุ่งก้าวกระโดด
หลังประมูล 4จี

พ.อ.เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ
ประธานคณะกรรมการกิจการ
โทรคมนาคม (กทค.) และรอง
ประธานคณะกรรมการกิจการ
กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่ง
ชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า ความ
ต้องการใช้งานเครือข่ายโทรศัพท์
มือถือได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
โดยเฉพาะการใช้งานประเภท
ข้อมูลที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
แบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน โดย
ในปี 2557 พบว่าประชาชนมี
อัตราการเข้าถึงบริการโทรศัพท์

มือถือ 149%

นอกจากนี้ จำนวนผู้ใช้
เทคโนโลยี 3จี และ 4จี หลัง
การประมูลความถี่ 2100 MHz
เพียง 2 ปี เพิ่มขึ้นเป็น 78.2
ล้านเลขหมาย จนครองแชมป์
ประเทศที่มีการเปลี่ยนผ่าน
เครือข่ายจาก 2จี มาสู่ 3จี/4จี
เร็วที่สุดในโลก และเชื่อว่าหาก
มีการประมูลคลื่นความถี่ย่าน
1800 MHz และ 900 MHz จะ
ทำให้มีการแข่งขันในตลาดที่สูง
ขึ้น และจะทำให้อัตราค่าบริการ
ลดลงจากการแข่งขันด้วยคุณภาพ
บริการที่ดีขึ้น จะเป็นการรองรับ
ผู้ใช้บริการข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น
ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น
อย่างก้าวกระโดด

พ.อ.เศรษฐพงศ์ กล่าวด้วย
ว่า การประมูลคลื่นความถี่ย่าน
1800 MHz จะช่วยกระตุ้น
เศรษฐกิจของประเทศ ทั้งทาง
ตรงและทางอ้อมรวมกว่า 5 แสน
ล้านบาท ภายในปี 2560

ส่งเรื่องเงินวัดเรตติ้งให้พิจารณาใหม่ กทปส.หวั่นผิดวัตถุประสงค์กองทุน

กทปส. ส่งเรื่องให้คณะกรรมการที่ จากที่ว่อนลือออกไปสู่ทีวีดิจิตอล
ปรึกษากฎหมาย พิจารณาเงินสนับสนุนการ สำหรับการส่งให้คณะอนุฯไปพิจารณา
ดำเนินงานของMRB จำนวน370 ล้านบาทอีก นั้น เนื่องจากมีหนังสือจากบริษัท กรุงเทพ
ครั้ง หวั่นผิดวัตถุประสงค์กองทุน โทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7) ลงวันที่ 2
นายฐากร ดัชนีสิทธิ์ เลขาธิการคณะ ก.ย. 2558 และบริษัท เดอะ นีลสัน คอมปะนี
กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ (ประเทศไทย) จำกัด ลงวันที่ 31 ส.ค. 2558
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (เลขานุการ ทักท้วงว่าการดำเนินการดังกล่าวอาจจะไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดสรรเงินของ
กสทช.) เปิดเผยว่า คณะกรรมการบริหารกองทุน กองทุน กทปส. ตาม พ.ร.บ.จัดสรรคลื่นความถี่
วิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์ วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.
สาธารณะ (กทปส.) เตรียมส่งเรื่องขอรับการ 2553
สนับสนุนเงินงบประมาณในการดำเนินการของ
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาสื่อ (Media Research
Bureau หรือ MRB) จำนวน 370 ล้านบาท ตาม
ที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการ
โทรทัศน์ (กสท.) นำไปให้คณะอนุกรรมการ
ที่ปรึกษากฎหมายพิจารณาว่าการขอรับการ
สนับสนุนดังกล่าวนั้น สามารถดำเนินการได้หรือไม่ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดสรร
เงินของกองทุนฯ หรือไม่ เนื่องจากเห็นว่าการชี้
วัดเรตติ้งดังกล่าว มีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนผ่าน

อย่างไรก็ตามการสนับสนุนงบประมาณ
ดังกล่าว เพื่อบริษัทวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อ
หรือ เอ็มอาร์บี ในการจัดทำโครงการวัดเรตติ้ง
โทรทัศน์ที่เป็นระบบมัลติสกรีน ซึ่งระบบมัลติ
สกรีน เป็นระบบที่จะวัดเรตติ้งจากการชมรายการ
โทรทัศน์ในทุกหน้าจอ เช่น การรับชมผ่านทีวี
ระบบภาคพื้นดิน ทีวีดาวเทียม เคเบิลทีวี รับชม
ผ่านอินเทอร์เน็ต และผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ
บนสมาร์ตโฟน และแท็บเล็ต เป็นต้น.

กสท.สั่งรื้อร่างประกาศ จัดเรียงช่องทีวีดิจิตอล ลงเข้าบอร์ดครั้งถัดไป

“กสท.” มีมติให้สำนักกฎหมายวิเคราะห์เรื่องสิทธิในหมายเลขลำดับช่องรายการทีวีดิจิตอล และให้สำนักงานฯ ชงเข้าบอร์ด กสท.ในครั้งถัดไป และมีมติเห็น MOU กับ 3 สถานศึกษา ศึกษาผลกระทบก่อนยุติระบบอนาล็อก

พ.ต.โกเมธ ประทีปทอง ผู้อำนวยการสำนักกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการประชุม เปิดเผยภายหลังการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เมื่อวันที่ 7 ก.ย. 58 ที่ผ่านมาว่า ที่ประชุมได้พิจารณาวาระความเห็นข้อกฎหมายเรื่องสิทธิในหมายเลขลำดับช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอล สืบเนื่องจากเมื่อวันที่ 31 ส.ค. 58 ที่ผ่านมา ประธาน กสท. ประธาน กสท. และเลขาธิการ กสท.ได้ให้ถ้อยคำกับศาลปกครองกลาง กรณีที่บริษัท จีเอ็มเอ็มวัน ทวี จำกัด และพวก 5 คน ร้องต่อศาลเพื่อให้มีการจัดเรียงลำดับช่องรายการในแต่ละโครงข่าย (Platform) เป็นแบบเดียวกัน

โดยในการพิจารณาของศาลปกครองได้บันทึกในรายงานฯ เพื่อให้การสนับสนุนนโยบายของรัฐในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล กสท. กสท. และสำนักงานฯ รับที่จะ

ดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ในการจัดเรียงลำดับช่องรายการเพื่อให้การจัดเรียงช่องรายการในแต่ละ Platform เป็นแบบเดียวกัน

ดังนั้นที่ประชุมมีมติให้สำนักงานฯ โดยสำนักกฎหมายไปวิเคราะห์ในข้อกฎหมายว่าจะดำเนินการอย่างไร และให้สำนักงานฯ นำเสนอร่างประกาศ กสท. เรื่องหลักเกณฑ์การจัดลำดับบริการโทรทัศน์ พ.ศ. ...เข้าที่ประชุม กสท.เพื่อพิจารณาในครั้งถัดไป

นอกจากนี้ ในที่ประชุมเห็นชอบทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ 3 สถาบันการศึกษาใน 3 พื้นที่ เพื่อสร้างความเข้าใจและศึกษาผลกระทบเกี่ยวกับการยุติโทรทัศน์ระบบอนาล็อกต่อผู้บริโภค จ.เชียงใหม่ จ.สุราษฎร์ธานี และ จ.ร้อยเอ็ด ตามที่สำนักงานฯ เสนอ เพื่อเตรียมความพร้อมผู้บริโภคในการยุติโทรทัศน์ระบบอนาล็อก

โดยการทำข้อตกลงความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ทั้ง 3 แห่งดังกล่าว นั้น มหาวิทยาลัยแม่โจ้จะสำรวจการรับชมโทรทัศน์ของประชาชนในพื้นที่และเกาะประตูป้านทำความเข้าใจกับครัวเรือนครอบคลุมอำเภอไชยปราการ ฝาง และแม่อาย จำนวน 80,000 ครัวเรือน

สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จะสำรวจการรับชมโทรทัศน์ของประชาชนในพื้นที่อำเภอเกาะสมุย จำนวน 32,000 ครัวเรือนและมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จะสำรวจการรับชมโทรทัศน์ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด 65,000 ครัวเรือน ให้มีระยะเวลาในข้อตกลง 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ทำข้อตกลง ■

กสท.ทบทวนเรียงช่อง ขอเงินทำเรตติ้งไม่คืบ

พหลโยธิน • กสทช.เตรียม
ทบทวนเรียงช่องทีวีเหมือน
กันทุกแพลตฟอร์มตามคำสั่ง
ศาล ขณะที่ได้ออกสื่อ ส่วน
เรื่องเงินวิจัยทำเรตติ้งทีวียัง
ไม่คืบ

พ.ต.โกเมธ ประทีป
ทอง ผู้อำนวยการ สำนัก
กรรมการกิจการกระจายเสียง
และกิจการโทรทัศน์ และการ
ประชุม กล่าวว่า เมื่อวันที่ 7
ก.ย.58 ที่ประชุมกรรมการก
การกระจายเสียงและกิจการ
โทรทัศน์ (กสท.) มีมติให้นำ
ร่างประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์
การจัดลำดับบริการโทรทัศน์
พ.ศ.... กลับมาพิจารณาใหม่
โดยมอบหมายให้สำนักงาน
กสทช.ไปหาข้อมูลเพิ่มเติม
เพื่อนำมาพิจารณาในการ
ประชุมกรรมการ กสท.ครั้ง

หน้า ทั้งนี้ สืบเนื่องจากศาล
ปกครองกลางได้มีการบันทึก
การให้ปากคำของกรรมการ
กสทช., สำนักงาน กสทช. และ
กรรมการ กสท.ที่ได้ยืนยันต่อ
ศาล เมื่อวันที่ 28 ส.ค.58 ที่
ผ่านมา กรณีที่ 5 ช่องทีวี
ดิจิทัลฟ้องร้องเพื่อให้มีการ
จัดเรียงลำดับช่องรายการใน
แต่ละแพลตฟอร์มการออก
อากาศมีการจัดเรียงแบบ
เดียวกัน

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า
ส่วนความคืบหน้ากรณีการ
ขอรับการสนับสนุนงบประ
มาณการจัดทำงานวิจัยเรต
ติ้งของสถาบันวิจัยเพื่อ
พัฒนาสื่อ หรือเอ็มอาร์บี
(MRB) ในการประชุม กสท.
ครั้งนี้ไม่มีวาระการพิจารณา
เข้าที่ประชุม.

ศาลยกคำร้อง NMGฟ้องกสท. NEWSโล่งอก!

NEWS มีเฮอีกครั้ง ศาลปกครองไม่รับคำฟ้องเครือ NMG ยื่นฟ้องกสท.ปม SLC (หรือ NEWS) เข้าถือหุ้น เหตุขณะฟ้องยังไม่ได้รับแจ้งผลจาก กสท.

วานนี้ (7 ก.ย.) ศาลปกครองกลาง ไม่รับฟ้องและให้จำหน่ายออกจากสารบบความ ในคดีที่บริษัท เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ NMG ยื่นฟ้อง

ฉบับที่ 28

ศาล

บอร์ตเคสตั้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ NBC ที่ 2 และบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ จำกัด ที่ 3 ยื่นฟ้องคณะกรรมการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กรณีมีมติในการประชุมครั้งที่ 12/2558

เมื่อวันที่ 30 มี.ค. 2558 รับรองรายงานการประชุมครั้งที่ 11/2558 เมื่อวันที่ 23 มี.ค. 2558 ที่ไม่เห็นชอบกับข้อเสนอของสำนักงานกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

ส่งผลให้บริษัท โซลูชั่น คอนเนอรั (1998) หรือ SLC (ปัจจุบันชื่อบริษัท นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) หรือ NEWS

ผู้มีอำนาจควบคุมช่องข่าวสปริงนิวส์ เข้าซื้อหุ้น NMG ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของช่องข่าวเนชั่น ทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารของผู้ฟ้องคดีทั้ง 3 ขาดอิสระในการนำเสนอข้อมูลให้กับประชาชนและได้รับความเดือดร้อนเสียหาย

โดยศาล ระบุว่า เนื่องจากผู้ฟ้องทั้ง 3 ไม่อยู่ในฐานะผู้มีสิทธิฟ้องคดีนี้ต่อศาล เพราะขณะนำข้อพิพาทในคดีมาฟ้องศาล ผู้ถูกฟ้องคดีหรือผู้มีอำนาจพิจารณาข้อร้องเรียนของผู้ฟ้องคดีที่ 3 ยังไม่ได้แจ้งมติที่เป็นเหตุแห่งการฟ้องร้องคดีที่มีผลกระทบต่อสิทธิและหน้าที่ของผู้ฟ้องทั้งสามทราบ จึงไม่อาจถือได้ว่าเป็นคำสั่งทางปกครอง อันจะเป็นมูลฐานที่มาแห่งสิทธิในการนำข้อพิพาทหรือคดีนี้มาฟ้องต่อศาลได้

“ศาลจึงไม่อาจรับคำฟ้องนี้ไว้พิจารณาได้ ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ฟ้องคดีที่จะนำคดีมายื่นฟ้องต่อศาลใหม่ภายในกำหนดระยะเวลาการฟ้องคดีตามกฎหมาย จึงมีคำสั่งไม่รับคำฟ้องนี้ไว้พิจารณา และให้จำหน่ายคดีออกจากสารบบความ” คำสั่งศาลปกครอง ระบุ ■

ศาลปค.ไม่รับคดีเนชั่นฟ้องกสท.

ASTVผู้จัดการรายวัน – ศาลปกครองสั่งไม่รับคำฟ้องที่ บ. เนชั่น ยื่นฟ้อง กสท. ขอเพิกถอนมติเนชั่นคะแนน SLC เข้าถือหุ้นเนชั่นไม่ผิด เหตุขณะฟ้องยังไม่ได้รับแจ้งผลจาก กสท. โดยสงวนสิทธิให้ฟ้องใหม่ได้ หากขั้นตอนตามกฎหมายครบถ้วน

วานนี้ (7 ก.ย.) ศาลปกครองกลางมีคำสั่งไม่รับคำฟ้องที่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ผู้ฟ้องคดี 1-3 ยื่นฟ้องคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เพื่อให้ขอให้ศาลฯ สั่ง

เพิกถอนมติของ กสท. ในการประชุมครั้งที่ 11/2558 เมื่อวันที่ 23 มี.ค.58 และมติการประชุมครั้งที่ 12/2558 วันที่ 30 มี.ค. 58 ในส่วนที่ให้ถือการออกเสียงของกรรมการ กสท. กรณีที่ บริษัทโซลูชั่น คอนเนอรั (1998) จำกัด (มหาชน) หรือ SLC เจ้าของทีวีดิจิตอล ช่องข่าวสปริงนิวส์ เข้ามาซื้อหุ้นของบริษัท เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตทีวีดิจิตอล ในบริษัทของข่าวเนชั่น เกิน 10% ไม่ขัดหลักเกณฑ์ประกาศการประมูลทีวีดิจิตอล มีผลเท่ากับไม่เห็นชอบกับข้อเสนอของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และขอให้ศาล

มีคำสั่งให้ กสท. ดำเนินการออกคำสั่งทางปกครองไปยัง บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด ในฐานะผู้รับใบอนุญาตให้กระทำการบางอย่างหนึ่งอย่างใดให้ SIC และกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหม่ที่เกี่ยวข้อง ปรับลดสัดส่วนการถือครองหุ้นในบริษัทเนชั่นฯ เพื่อแก้ไขไม่ให้เกิดความสับสนในลักษณะการเป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ฟ้องคดีทั้งสาม ไม่ให้เกิดการแทรกแซงครอบงำกิจการ ระหว่างผู้รับใบอนุญาต และผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันตามกฎหมายไว้พิจารณา และให้จำหน่ายคดีออกจากสารบบความ โดย

ศาล ปค.

ศาลเห็นว่า ขณะที่ผู้ฟ้องคดีทั้งสามนำข้อพิพาทในคดีมาฟ้องต่อศาล กสท. หรือผู้มีอำนาจพิจารณาข้อร้องเรียนของ บริษัทเอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ผู้ฟ้องคดีที่ 3 ในกรณีนี้ยังมิได้แจ้งมติของ กสท. ที่เป็นเหตุแห่งการฟ้องคดีนี้ ที่มีผลกระทบต่อสิทธิ หรือหน้าที่ของผู้ฟ้องคดีทั้งสามโดยตรงให้ผู้ฟ้องคดีทั้งสามทราบตามนัย มาตรา 42 วรรคหนึ่งของ พ.ร.บ. วิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง 2539 มติ กสท. ดังกล่าว จึงไม่อาจถือเป็นคำสั่งทางปกครองตาม มาตรา 5 ของพระราชบัญญัติเดียวกัน อันจะเป็นมูลฐานที่มาแห่งสิทธิในการนำข้อพิพาทหรือคดีนี้มาฟ้องศาลได้ ทำให้ผู้ฟ้องคดีทั้งสาม จึงยังไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้มีสิทธิฟ้องคดีนี้ต่อศาลตาม มาตรา 42 วรรคหนึ่งของ พ.ร.บ.จัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง 2542 ศาลจึงไม่อาจรับคำฟ้องนี้ไว้พิจารณาได้ แต่ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ฟ้องคดีที่จะนำคดีมายื่นฟ้องต่อศาลใหม่ภายในกำหนดระยะเวลาการฟ้องคดีตามกฎหมาย เมื่อ บริษัทเอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ผู้ฟ้องคดีที่ 3 ได้รับแจ้งผลการพิจารณาข้อร้องเรียนจาก กสท. หรือผู้มีอำนาจพิจารณาข้อร้องเรียนดังกล่าว ■

อ่านต่อหน้า **8**

วณิ รัตนพล พลิกโฉม เรทติ้ง

สุภาพสตรีคนเก่งของวงการมีเดียเอเจนซี
ผู้ก้าวมารับหน้าที่สำคัญในการผลักดัน
และจัดตั้งองค์กรเรทติ้งแห่งใหม่ของไทย

เรื่อง : อนันต์ ลือประดิษฐ์

ภาพ : อนันต์ จันทราวุฒ

ด้วยประสบการณ์ในแวดวงการตลาดและโฆษณามานาน 4 ทศวรรษ วรณิ รัตนพล ในฐานะนายกสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย กำลังสร้างหน้าประวัติศาสตร์ใหม่ ให้แก่วงการสื่อไทย ในนามขององค์กรไม่แสวงหากำไร ที่มีชื่อว่า **Media Research Bureau (MRB)**

หน่วยงานนี้ จัดตั้งขึ้น โดยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการสื่อทั้ง อุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นทีวีดิจิทัล ทีวีดาวเทียม เคเบิลทีวี มีเดียเอเจนซี และภาคส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมลงขันในการสร้างข้อมูลเรทติ้ง ของตนเองขึ้นใหม่ ด้วยเป้าหมายของการตอบสนองความต้องการในการ ใช้ข้อมูลที่หลากหลายและแตกต่างกันไป

การเกิดขึ้นของหน่วยงานเรทติ้งใหม่แห่งนี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อ ไม่น้อยต่อทิศทางความก้าวหน้าของวงการสื่อไทยในอนาคต นับจากนี้ คือรายละเอียดที่ วรณิ รัตนพล ยินดีจะเปิดเผย

อ่านต่อหน้า 2



สิ่งที่เราต้องการสำหรับตลาด คือ มีรายเดียว แต่ไวใจได้ น่าเชื่อถือ การที่จะทำให้ น่าเชื่อถือ ทาง มีเดีย รีเสิร์ช บิวโร เรามีการว่าจ้าง บริษัทออดิเตอร์ จากต่างประเทศให้เข้ามาสอบ คือช่วยตั้งแต่คัดเลือก แล้วก็ดูในเรื่องของรายละเอียด ที่สำคัญคือเรื่อง Technical

ต่อจากหน้า 1

● เป็นที่ทราบกันว่าวงการโฆษณา tough มาก การที่คุณยังอยู่กับมันได้ แปลว่ามีอะไรที่สนุกและท้าทาย ?

ถามว่า tough มั้ย tough ตรงที่ว่าเราต้องเซอร์วิสลูกค้า ต้องเข้าใจลูกค้าให้ได้ แล้วความสำเร็จของลูกค้าคือความสำเร็จของเรา แต่มันสนุกตรงที่ว่า มันไม่ได้ยุ่งยาก เพราะงานจะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ตามพฤติกรรมของผู้บริโภค ตามเทคโนโลยี อยู่ในวงการโฆษณา เราจะไปข้างหน้าอยู่ตลอดเวลา เราจะไม่ได้ถอยหลัง เรา Plan forward ตลอด

● เหมือนชีวิตวิ่งไปข้างหน้าไม่ได้หยุด ?

จริงนะค่ะ แบบว่าไปข้างหน้าเลย เทรนด์อะไรกำลังจะมา ต้องเข้าใจให้ได้ค่ะ ทำให้คนที่อยู่ในวงการนี้ เป็นหนุ่มเป็นสาวเสมอ คนอยู่ในวงการจะมี nature อย่างนี้ ต้องเรียนรู้ อยู่ตลอดเวลา

อย่างตอนอินเทอร์เน็ตมา เราเดินไปถามน้อง มันเวิร์กยังงั้นนี่ คือเราไม่เข้าใจนะ ว่าอินเทอร์เน็ตเวิร์กยังงั้นแล้วมันเชื่อมโยงกันยังงั้น แล้วมันเกิดจากอะไร มาอย่างไร แบบว่าต้องหาความรู้

พออินเทอร์เน็ตเสร็จ ก็มาละ พวก (โทรศัพท์)มือถือ พวกแอปฯ อะไรอย่างนี้ คือเทคโนโลยีมาเร็วมาก เราต้องตามให้ทัน ดิจิทัลมาแล้ว ต้องมานั่งเรียนรู้เรื่องดิจิทัลอีก

● ทั้งหมดนี้ เป็นเพราะเกี่ยวข้องกับลูกค้า ?

ใช่ค่ะ เกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และผู้บริโภคด้วย หลักๆ คือลูกค้ามีงบประมาณอยู่ไหน เราต้องบริหารบให้เข้าไปถึงผู้บริโภค ผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เราต้องตามผู้บริโภคให้ทัน ว่าเขาไปทำอะไร อยู่ที่ไหน ยังไง เมื่อไหร่ นึกคิดยังงั้น พฤติกรรมเปลี่ยนไปแล้ว

เมื่อก่อนในหมู่บ้านมีทีวีอยู่เครื่องหนึ่ง ทุกคนมาดูที่บ้านหลังนั้น แต่ปัจจุบันโทรทัศน์เป็นพื้นฐาน เป็นสิ่งแรกที่เขาจะซื้อ ซื้อก่อนดูเย็นด้วยซ้ำไป เราต้องตามพฤติกรรมพวกนี้ให้ทัน

● เมื่อคุณมีหน้าที่ดูแลความต้องการของลูกค้า แล้วเครื่องมือที่ใช้ในการติดตาม หรือกรณีของการวัดเรตติ้ง เป็นอย่างไร

ต้องดูว่าเรตติ้งมันโอเคมั้ย คือในวงการมีเสียงบ่นกันเยอะ เพราะว่าใช้กันมานานและเนื่องจากว่าเป็นรายเดียวในตลาด ดังนั้นเรื่องของการพัฒนา อะไรอย่างนี้ มันก็จะช้า

● แล้วในส่วนที่มีการทำวิจัยการตลาดอยู่มากมายไปหมด ?

นั่นมันยังไม่ใช้เรตติ้ง คือการจะเป็นเรตติ้งได้ ต้องใช้หลักสถิติ ระดับ High level stats เลย คือทำตัว Assignment survey เราจะสำรวจทั่วประเทศนะค่ะ (ผู้ดำเนินการ) รายใหม่เขาให้สามหมื่นตัวอย่าง เพื่อที่จะดูว่าโครงสร้างของตลาดเป็นยังงั้น พอรู้โครงสร้างตลาดเป็นยังงั้น เขาก็ใช้ Stats ในการบอกว่าสามหมื่นเนี่ย หยขึ้นมาสวมพันเป็น planner home แล้วสามพันตรงนี้ ต้อง represent characteristic ของตลาด มันถึงได้เป็นเรตติ้ง

แต่ถ้าหากว่าเราทำวิจัยทั่วไปอย่างนี้ มันไม่ใช่เรตติ้ง มันแค่คนวิจัย จะบอกว่ามันเป็น Representation ของประเทศเลย ของ Target ก็ไม่ได้

● เพราะฉะนั้นจึงต้องมีอยู่เจ้าเดียว ?

เหตุผลที่มีเจ้าเดียว เป็นเพราะว่าเป็นการลงทุนค่อนข้างสูงมาก ใช้เงินเป็นพันๆ ล้าน ในการเก็บข้อมูล (ต่อห้าปี) ตอนนั้นเรตติ้ง (ลูกคิด) ดูแล้ว ปีหนึ่งก็สามร้อยกว่าล้าน ดังนั้นทุกคนที่อยากได้ข้อมูล ต้องมีค่าสมาชิก ซึ่งค่าสมาชิกจะ subscribe แคราย 2 ราย ก็ไม่ไหว

ดังนั้น สิ่งที่เราต้องการสำหรับตลาดคือ มีรายเดียว แต่ไว้ใจได้ น่าเชื่อถือ การที่จะทำให้น่าเชื่อถือ ทางมีเดียรีเสิร์ช บิวโรเรมีการว่าจ้างบริษัทออดิเตอร์ จากต่างประเทศให้เข้ามาสอบ คือช่วยตั้งแต่คัดเลือก แล้วก็ดูในเรื่องของรายละเอียดที่สำคัญคือเรื่อง Technical เพราะถ้าหากไม่ได้อยู่ใน field นี้เราจะแบบว่าไม่สามารถลงตีเทสขนาดนั้น แต่เขาจะรู้เรื่องยังงั้น เขาก็ช่วยเรา

ในสัญญา (ว่าจ้างผู้ดำเนินการวัดเรตติ้ง) เราจะระบุไปเลยว่า ในแง่ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแค่นั้น รีพอร์ทต้องเป็นแค่นี้ ถ้าหากต่ำไปกว่านี้ ก็จะมีค่าปรับ หรือการปรับเปลี่ยน algorithm อะไรต่อมิอะไร อย่างนี้ค่ะ

● เหตุใดถึงมีความจำเป็นที่จะต้องตั้งหน่วยงานนี้ขึ้นมา

คือในต่างประเทศ มันมีหน่วยงานแบบบิวโรนี่ อยู่พอสมควรนะค่ะ อย่างในอังกฤษหรือ แคนาดา BBM หรือ ออสเตเรียของเราใช้ชื่อว่า Media Research Bureau แต่ว่าอยู่ภายใต้สมาคม มีเดีย เอเจนซี ร่วมกับการรวมตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม คือเรามีสถานีดาวเทียมจากดิจิทัลทีวี ดาวเทียม

จากทีวีดาวเทียม (satellite) ดาวเทียมจากเคเบิล ดาวเทียมจากสมาร์ตโฟน แล้วก็เอเจนซีด้วย คนที่อยู่ในอุตสาหกรรมจะต้องใช้ข้อมูลตรงนี้ทำงานร่วมกัน ไม่ใช่แบบว่า เอเจนซีจะเป็นลีดหรืออะไรอย่างนั้นนะค่ะ คือนั่งลงคุยกันไว้ตั้งแต่ว่าหน้าตาองค์กรจะเป็นยังงั้น มีบอร์ดที่งานเสี่ยงโหวตเป็นยังงั้น แล้วก็ working committee 2 ทีม คือทีม Technical กับทีม Communication อย่างนี้เป็นต้น พนักงานประมาณ 5 ท่านในช่วงแรก แล้วก็มอดิเตอร์ (auditor) เข้ามาช่วยนะค่ะ ออดิเตอร์จะช่วยตั้งแต่คัดเลือก คัดเลือกเสร็จ สัญญาจบนะค่ะ แล้วก็บริษัทวิจัย Assignment survey เขาก็จะเข้ามา audit พอแบบข้อมูลมา ก็จะทำ audit อีกรอบหนึ่ง เพื่อ Make sure ว่าขั้นตอนถูกต้อง เช็คแม้กระทั่งกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่เข้าไปเช็คกลุ่มตัวอย่าง เน้นอน มันเป็นเรื่องอะไรที่แบบว่า sensitive นิดนึง เพราะส่วนใหญ่แล้ว เขาจะไม่ให้รู้เลยว่าบ้านไหนมี (การติดตั้งการเก็บข้อมูล) เพราะถ้าหากว่ารู้ปุ๊บเนี่ย ช่องก็จะวิ่งเข้าไปหาใช้มัยคะ มันจะทำให้ไม่เป็นผลที่แท้จริง

● ขั้นตอนการเข้ามาประมูล หรือมาเสนอตัวเป็นอย่างไร เห็นว่ามีอยู่สามบริษัท ไม่ใช่สี่บริษัท

สามค่ะ จริงๆ เราเชิญไปสี่ แต่ (นิตเสน ประเทศไทย) ปฏิเสธในการที่จะเข้าร่วม บอกว่าเขาขออนุญาตทาง global ไม่ทัน เพราะว่าเขาจะเข้ามา bid ทาง global ต้องอนุมัติก่อน

● เรามีเวลาให้เขาน้อยหรืออย่างไร

ให้เวลาเท่ากันหมด คือเราส่งจดหมายแจ้งวันจันทร์ แล้วให้ตอบภายในวันศุกร์ คือตอบหมายถึงว่า ตอบยินดีที่จะเข้าร่วม ทุกคนต้องเซ็นจดหมายว่าคอนเฟิร์มจะเข้าร่วมสามรายเซ็นกลับมาทัน ส่วน นิตเสน บอกว่าไม่ทัน เราเลยเหลืออยู่แค่สามรายค่ะ

ก็ปรึกษากันนะค่ะว่าเลื่อนได้มั้ย ก็บอกว่าเลื่อนไม่ได้แล้วละ เพราะว่าอีกสามรายเราก็ให้เดดไลน์เขา เราก็บอกโอเค ถ้าหากว่าไม่สามารถก็คือ... อันนี้อาจจะไม่แฟร์สำหรับสามรายนะค่ะ แต่เราก็บอกโอเค ให้ถึงห้าโมงเย็นของเวลาอเมริกา คือตีห้าบ้านเรานี่แหละ เขาก็ไม่ตอบ เมื่อไม่ตอบเราก็ไม่สามารถเอาเขาเข้าร่วม คือแบบมีขอเข้ามาฟัง Brief ก่อนนะ บอกไม่ได้ คุณเข้ามาฟัง Brief แต่คุณไม่เห็นอะไรเลย มันเป็นไปไม่ได้ มันจะไม่แฟร์

● ทราบว่า brief นี้พูดถึง มัลติสกรีนด้วย ?

มันเป็นจุดเริ่มต้น ถ้าหากว่าประเทศไทย เริ่ม ก็จะเป็นประเทศที่อยู่ด้านๆ ทั่วโลก เลย เพราะว่ามียูทูบที่ไม่ก็ประเทศเลยที่ทำ มัลติสกรีนเนื่องจากว่าบ้านเราเรื่องสมาร์ตโฟน โซเชียลมีเดียเราไปเร็วมาอยู่ท็อปของโลกเลย มันจำเป็นต้องทำรีเสิร์ชในส่วนนี้อยู่แล้ว แล้ว ลูกค้าก็ต้องการ เพราะว่าพฤติกรรมคนเปลี่ยน ใจคะ เราต้องตามให้ทัน ถ้าหากว่าพฤติกรรม คนไปแล้ว แต่ว่างานวิจัยยังไม่ทันมันเหมือนกับเราเห็นอยู่แค่มุมเดียว อีกมุมหนึ่งเรา ไม่เห็นเลย ใช่มั้ยคะ ว่าเขาใช้เวลาไปอีกพักหนึ่ง ได้มากน้อยแค่ไหน

ในที่สุด เราก็ได้บริษัทที่เข้ามาทำคือ กันตาร์ ก็ยังไม่ได้เซ็นคอนแทร็คคะคะ (ณ เวลาให้สัมภาษณ์) โดยมีระยะเวลา การทำงานเตรียมงาน 1 ปี แล้วก็ทำตัวเรตติ้ง อีก 5 ปี

หลังจากนี้ เราจะ audit เขาอยู่เรื่อยๆ จริงๆ แล้ว ก็ไม่ได้อยากว่าจะเปลี่ยนเจ้า คือ ถ้าหากว่าเขาทำงานใช้ได้ ฟิตแบคเร็ว เราก็จะใช้ auditor แพลน บอกให้เขาแกะอะไรบ้าง เพื่อให้ Make sure ว่าเขาตอบใจเรา

● คิดว่ามันจะมีอะไรใหม่ๆ และดีขึ้นกว่าเดิม ?

คือการเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร สมมติว่าคนเข้ามา(ร่วม)เยอะ ตัวหารมันก็จะเยอะ ขึ้น ดังนั้น คนที่จ่ายอยู่ ก็จะถูกลงไปเรื่อยๆ เพราะเราไม่ได้แสวงหากำไร ไม่เหมือนบริษัท ที่ตั้งขึ้นมาเป็นบริษัทนะคะ อาจจะแบบเห็นว่า รายน้อยอยากได้โอเคไปทำให้เขา มันก็จะ distort ให้อัตว์ sample home อย่างนี้ มันจะไม่ได้ ไปตามโครงสร้างตลาดรับรายนี้สักร้อย รับรายนี้ อีกสองร้อย รับอีกเจ้าหนึ่งอีกสองร้อย อย่างนี้คะ

● ทำแล้วแต่ใจห้อย ?

แล้วแต่ใจห้อยอย่างนี้คะ มัน Serve platform มากกว่า บางครั้งเนี่ยเรตติ้งเหวี่ยง เอ๊ะ! ทำไม่มันถึงเหวี่ยงขนาดนี้ คือถ้าหากว่า มันเป็น panel เดิม ก็ไม่น่าจะเหวี่ยงใช่มั้ยคะ ถามไปก็ไม่มีเหตุผล

ยกตัวอย่าง เช่น ของทรูวิชั่น เขามีสิร้อย บ้าน เขา disclose สองร้อย อีกสองร้อย ไม่ disclose ที่นี้โอสองร้อยที่ disclose เนี่ย ปรากฏว่าวันนั้นเขาเข้ามาฟัง เราเพิ่งเข้าใจ ทำไม่มันถึงเหวี่ยง เขาเอาสองร้อยบ้านที่ดูทีวี ธรรมดา (ช่อง) 3-5-7-9 เป็นหลัก แล้วก็สอง ร้อยบ้าน ที่ดูทรูวิชั่นเป็นหลัก แล้วตอนหลัง เนี่ย ทรูวิชั่นบอกว่า โอเค ให้ disclose หก หกสิร้อยบ้าน

● แน่นนอน ผลจะออกมาเป็นอีกแบบ ?

ผลก็จะออกมาเป็นอีกแบบจริงมั๊ยคะ กลุ่มคนที่ดู traditional มันก็ดูมาอยู่อย่างนี้ แต่พอเอากลุ่มที่ดูทรูวิชั่นเข้ามาเนี่ย เพราะเขา ไม่ดู traditional ถูกมั๊ย ก็จะกดดัน viewing ตกลงมา ถึงแม้เขาบอกว่า weight ก็ตาม มันอยู่ที่ planner home จริงๆ

● วิทยาศาสตร์แต่ดูเหมือนมีไสยศาสตร์อยู่ด้วย เรียกอย่างนั้นได้มั๊ย

(หัวเราะ) ไม่ได้ไสยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ อย่างเดียวเลย สดแต่อย่างเดียวนะ แต่มันอยู่ ที่ว่าจะใส่สมการเข้าไปยัง

● คราวนี้ องค์การเรตติ้งใหม่ จะมีผลลิต ต่อตลาดอย่างไร

เอาลูกค้าก่อนแล้วกัน สำหรับลูกค้าแน่นอน เขาได้ข้อมูลมากขึ้น คือสามารถดูพฤติกรรมคน ฟังจ้อใหญ่เป็นยังงี้ แล้วจ้อเล็กเป็นยังงี้ ดังนั้น มันจะช่วยในการวางแผนว่าเราควรจะมีกซ์ ในแง่ของ Traditional กับพวกออนไลน์พวกนี้ เป็นยังงี้ คือใช้บังคับให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

ในฝั่งของผู้ประกอบการ เนื่องจากว่าวิธีการ ของเรา เราให้ข้อมูลทั้งหมดเลย แต่ปัจจุบัน ช่องอาจจะได้แค่ช่องตัวเอง แต่ไม่เห็นของ คู่แข่ง ดังนั้น การพัฒนามันก็จะยากยังงี้คะ เพราะเห็นตัวเอง มันก็จะพัฒนายังงี้ ไม่รู้ว่า คู่แข่งพัฒนาอะไร คือคราวนี้ได้ข้อมูลหมดเลย ที่นี้หน้าที่ของสมาคม คือต้องช่วยว่า รายไหนที่อ่านข้อมูลไม่เป็น ก็อาจจะไปช่วยว่า โอเค! วิเคราะห์ข้อมูลให้ได้นะคะ คือ ณ ตอนนี ไปคุยหลายรายส่วนใหญ่ จะได้ข้อมูลของตัวเอง

ถามว่าเอาข้อมูลเยอะแยะมาเพื่ออะไรละ ใช่มั๊ย สมมติว่า ถ้าอยู่ในหมวดของ Home Shopping ยูสามารถดูได้นะว่า ใครดูของยูมากน้อย แค่ไหน แล้วช่องอื่นมีกลุ่มไหนที่ดู สมมติว่ามี กลุ่มตรงนี้เป็นผู้หญิงเยอะเราก็ทำ product ที่มันเข้ากลุ่มตรงนี้ มันจะทำให้มียอดขาย มากขึ้น คือใช้ข้อมูลให้เกิดประโยชน์ เป็นการ ดูว่า คู่แข่งเป็นยังงี้ แล้วเราควรจะทำปิ้งยังงี้ แล้ว Positioning ของช่องอื่น เขามาอย่างนี้ ตัวเลขเขาเป็นยังงี้ แล้วของเรา เราจะเจาะ กลุ่มไหนเพื่อให้มีคนดู มีคนดูก็มีโฆษณาเข้ามา หรือคนดูอาจจะไม่ได้เยอะมากแต่เรามีเจาะจง กลุ่มเฉพาะ เขาก็ซื้อเหมือนกัน

● ตรง Output มันเหมือนกับผลแล็บของ หมอที่คนไข้อ่านไม่ได้ ผู้ประกอบการเอง ก็คงไม่มีความถนัดในการอ่านเท่ากับทาง เอเจนซี่ ต้องมีคนที่จะช่วยวิเคราะห์อีกทีหนึ่ง มันถึงแบบว่า ตอนแรกที่เรามองว่าเราควร

จะตั้งแยกออกมามั๊ย ที่นี้ถ้าหากพอตั้งแยก ออกมา ไม่ได้อยู่ภายใต้สมาคมมีเดีย เอเจนซี่ แล้วใครจะไปช่วย ผู้ประกอบการอย่างเดียว แล้วดูข้อมูลก็อาจจะลำบากนิดหนึ่งใช่มั๊ยคะ เอเจนซี่ก็ต้องกระโดดเข้าไปช่วยดูข้อมูลตรงนี้ คือหน้าที่สมาคม คนที่เราจะหา คือคนที่ดึง ข้อมูลเป็น อ่านข้อมูลเป็น วิเคราะห์ข้อมูลเป็น มันถึงช่วยได้

● นับเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ของ เมืองไทย ที่ทางเอเจนซี่(Agency) กับทาง ผู้ประกอบการ มี Interaction กันดียิ่งขึ้น ?

คะ อย่างสมาคม ก่อนที่จะตั้ง MRB เราก็มี่

จัดคอร์สแบบทรนเดอะเวเนเตอร์ อย่างนี้เป็นต้น คือเชิญผู้ประกอบการมาแล้วก็จัดคอร์สให้ ให้ดูว่าตอนนี้ทรนดีเป็นยังงี้บ้างแล้ว สิ่ง ที่ ลูกค้ามองหาคืออะไร วิธีการขายของคุณ ทำยังงี้ที่จะ Serve ถึงลูกค้าก็ให้ทรนนี้ตรงนี้ มีกิจกรรมร่วมกันอยู่พอสมควร แล้วก็ให้การตั้ง MRB อันนี้เราขอคำแนะนำด้วยนะคะ แล้วเชิญ อุตสาหกรรมมาทั้งหมดเลย ขอคำแนะนำในการ จัดตั้ง คือถ้าทุกคนเห็นว่า จัดตั้งแล้วมัน เป็นเรื่องดี ก็เห็นด้วย

จริงๆ ได้คำแนะนำดีร้อยเปอร์เซ็นต์เลย ในการจัดตั้ง แล้วงานตรงเนี่ยเยอะมาก ต้องไป เดินสาย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของสื่อเองไปอธิบายให้ ฟัง สำหรับรายที่อาจจะไม่ได้มาเข้าร่วม คือไป อธิบายให้กับผู้บริหาร ให้รับทราบว่าเป็นอะไร ไปคุยกับทาง กสทช. ไปคุยแม้กับทางลูกค้า ลูกค้าก็ Support ดีนะคะ อย่างยูนิลีเวอร์ ก็ support

● คิดว่าจะมีผู้เข้าร่วมลงขันค่าใช้จ่ายครบมั๊ย

ก็ไม่ครบคะ ต้องบอกตามตรงว่าไม่ครบ หมดแต่ Long-term ยังไงก็น่าจะเข้าร่วม เพราะ ถ้าหากว่า มันเกิดแล้วเนี่ย ทาง MRB ก็จะ ยึดข้อมูลตรงนี้เป็นหลักเลย เป็นข้อมูลกับทาง สมาคม Endorse รายอื่นๆ เราก็จะไม่ Endorse ถามบอกเขาทำต่อได้ไหม ทำได้ มีคนจะใช้ ใช้ได้มั๊ย ใช้ได้ แต่มันจะมีแต่ตรงที่ว่า ถ้าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มาอยู่ที่นี่แล้ว ซึ่งตอนนี้ทุกคนก็เซ็นกลับมากหมดแล้ว มียกเว้น อยู่ 2 รายที่ยังไม่เซ็น ในขณะที่ทีวีดาวเทียม คอนฟรีมมา 25 ช่อง ทางทรูคอนฟรีมมา 11 ช่อง แล้วก็ฟรีทีวีอีก 2 นะคะ แล้วก็จะมีท่าเพิ่ม

อีก พวกโฮม ชีบปิ้งก็สนใจ แล้วพวกเคเบิล ตอนนี้ก็ขอรายชื่ออยู่ แล้วก็ก็มีทาง Regional เขาเป็นคนติดต่อเข้ามาเอง ให้เราเล่าตัวนี้เขา อ่านข่าวเจอ ก็เล่าให้สมาชิกเขาฟังนะคะว่า โอเคที่ทำอยู่คืออะไร จัดตั้งยังงี้ เขาก็บอกว่า

ทางเขาสั้นใจอยู่ ก็มีอยู่หลายช่องเหมือนกัน ประมาณ 8 ช่องนะคะ แล้วก็เผลอเผลอไปเจอ ก็เห็นหมดแล้ว เผลอเผลอไปเจอเข้าไปเจอ ไปอธิบายให้ฟัง มีก็เกล็ดสนใจ ไทยคมสนใจ ก็เก็บหมดแล้วคะ มันอาจจะเผลอเผลอไปเจออะไรอย่างนี้ วิธีการของเราเนี่ยก็คือ แบบเข้ามา ยิ่งเยอะตัวหารยิ่งเยอะก็จะถูกลง

แล้วเราก็ไปขอยืมจาก กสทช. คือเราขอ งบหนึ่งก่อนเป็น research fund สำหรับเซตอัพ แล้วก็ขอค่าสมาชิกหนึ่งหน่วยด้วย เพราะท่าน ก็ต้องการข้อมูลเหมือนกัน ถือเป็นการช่วย ผู้ประกอบการ และเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรม

● เคยมีคนพูดว่าบางที่รายการดีๆ มันไม่มี เรทติ้ง รายการที่มีคุณค่า แม้กระทั่งอย่าง ไทยพีบีเอส จะอยู่ในการวัดเรทติ้งอย่างไร

ก็มีการไปคุยกับไทยพีบีเอส เขาสนใจ เขาเป็น (ทีวี) สาธารณะ เขาจะคิดเป็นอีกเรทหนึ่ง เขาสามารถเอาไปใช้เพื่อที่จะดูและพัฒนา รายการได้ ถามว่าไทยพีบีเอส มีคนดูมัย มีนะ มีคนดูเหมือนกัน ยิ่งเยอะกว่าช่องใหม่ๆ บางช่อง ด้วยซ้ำไป

ในแง่คุณภาพของรายการ มันก็มีคุณภาพ จริงๆ บางครั้งช่องที่เกิดขึ้นอย่างนี้ จะทำรายการ แบบว่าไรท์ทอลลียะเยอะมาก จนไม่มีความแตกต่าง ช่องต้องหาจุดยืนของตัวเอง พูดอยู่ตลอดเวลา เลยว่า ช่องต่างประเทศ ไม่มีเบอร์ช่อง เขาถึง กันเรื่องเบอร์ช่องนานมากเลย แล้วก็ช่อง ต่างประเทศไม่มีเบอร์ช่อง จะมีชื่อช่อง HBO Diva Fox CNN คือเป็นชื่อทั้งนั้นเลย การดู เน็ตเวิร์ก แอนิเมชันแพลนเน็ต แบบว่าเป็นชื่อ ช่องที่มีเนื้อหาชัดเจน พอออกไปปั๊บ เรารู้เลย ว่าเนื้อหาคืออะไร

ถ้าปัจจุบันผู้บริโภคในบ้านเรามีช่องอยู่ ประมาณสองสามร้อยช่องนะคะ ดังนั้นทุกคน มีความชอบไม่เหมือนกัน เราก็หาเนื้อหาที่เรา อยากดู อย่างแบบวัยรุ่นชอบดูหนัง มันก็จะมี ช่องหนึ่งอยู่ห้าหกช่อง ไข่ม้อยคะ เขาก็จะกดไป เรื่อยๆ เผลอเผลอที่ตัวเองอยากดูก็จะจอดดู แต่ แนนอนหนึ่งก็จะแบบว่าอย่างแบบเอาตัวเอง เป็นตัวอย่างเนี่ย อย่างวันศุกร์ ไม่อยากดูละคร ก็หาหนังดู ละครไม่สนุก ก็หาหนังดู แต่หนัง มันก็อาจจะแบบได้ดูแบบครึ่งเรื่องไปแล้วอะไร อย่างนี้ แต่พวกนี้มันจะวนไปวนมา เราก็อาจจะดู ซ้ำบ้างอะไรบ้าง ก็แล้วแต่ความชอบไป

● เหมือนกับว่า แม้ช่องจะเยอะ ดูเหมือน แข่งขันกันมาก แต่มันอยู่ที่นโยบายของ แต่ละช่องว่าจะ Positioning ตัวเองอย่างไร

ใช่ Positioning ต้องวางให้ชัดเจน ในช่อง ที่เกิดใหม่ทั้งหลาย ตอนนี้อย่างไร กันหมด ช่องส่วนใหญ่ไม่ค่อยแตกต่างกันเท่าไร อันนี้ ก็เป็นเรื่องของการพัฒนาของผู้ประกอบการ สื่อในอนาคตด้วย

● การมาถึงของทีวีดิจิทัล ถือว่าซ้ำมัยสำหรับ เมืองไทย

ถือว่าซ้ำคะ

● แล้วพลังของมัลติสกรีนจะแรงแค่ไหน

มันไปแล้วละ ตอนนี้ พวกดูย้อนหลังก็ เยอะ เริ่มเยอะ ก็ยังแบบเข้าไปดู ง่ายๆ ไป ดูยูทูบ อย่างเนี่ย บางละครดูเป็นล้านวิวเลยนะ เยอะมาก

● การดูย้อนหลัง ไม่อยู่ในการวัดเรทติ้งไข่ม้อย ใช่ ตอนนี้อยู่แต่ในอนาคตก็จะอยู่แล้ว

● โดยส่วนตัวคุณ เชื่อหรือไม่ว่า จริงๆ แล้ว รายการดีๆ อยู่ได้ เรามักจะพูดว่า ถ้าจะทำอะไร ให้มีเรทติ้ง ก็ต้องทำอะไรที่น่าดู รายการที่มี คุณค่ามีสาระจะอยู่ได้ไหม ในสังคมไทย

คือมีสาระ แต่ต้องเอนเตอร์เทน เราว่ามัน เป็นเรื่องของ Entertainment value ที่วี มันเป็น Entertainment medium ที่ถูกที่สุด ในบ้าน แล้วคนต้องการอยากจะเอนเตอร์เทน คือรายการที่มีสาระเอนเตอร์เทนมัน ถ้ามันหนัก เสียจนแบบว่า โอโห! (หัวเราะ) ดูเสร็จแล้ว เหนื่อยอย่างนี้ ก็ไม่อยากดู จริงมั๊ยคะ

เรายังพบกับหลายคนนะ อย่างสังคม เรา ณ ตอนนี้ คนแก่เยอะมาก มันยังไม่มีช่อง คนแก่รุ่นใหม่ ช่องคนแก่ที่ young @ heart ของอาร์เอสเขาทำช่องเพลินนะคะ มันก็คน ละคอนเซ็ปต์กัน คือเอาเพลงสุนทราภรณ์ เก๋ๆ หรืออะไรอย่างนี้ แล้วก็เอาดาราก็แบบ สูงวัยมาทอล์ก มาอะไรอย่างนี้ แต่เผลอเผลอ ว่าจะมันควรจะมียุคสำหรับผู้สูงอายุ แต่ว่า ไม่ใช่ผู้สูงอายุที่...

● ที่ถูกไม่กลับ ?

ที่ถูกไม่กลับ (หัวเราะ) คือผู้สูงอายุที่ยัง แบบว่ายังทันสมัยอยู่ ผู้สูงอายุที่แบบว่าเเค่ อยากเรียนรู้ โอแพดอย่างนี้ใช้อย่างไร แล้วไปหา ข้อมูลอะไรมาเอนเตอร์เทนตัวเอง ไข่ม้อยคะ มีหลานอย่างนี้จะอยู่กับหลานยัง ใจจะเลี้ยงหลาน ยังไง ชีวิตสดใส ชีวิตคนแก่แต่ยังสดใส ไม่มี ช่องอย่างนี้เนอะ อยากทำ (หัวเราะ)

กสทช.จับมือหน่วยงานกำกับดูแลด้านโทรคมนาคมกัมพูชา

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ
กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน
กสทช.) ลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU)
ร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลด้านโทรคมนาคม
Telecommunication Regulator of
Cambodia (TRC) แห่งราชอาณาจักรกัมพูชา
เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและแลกเปลี่ยน
ข้อมูลด้านโทรคมนาคม และการบริหาร
ความถี่วิทยุ เพื่อนำไปสู่การสร้างประชาคม
อาเซียน



หลังจากได้มีการเข้าเยี่ยมคารวะและหารือร่วมกับหัวหน้าหน่วยงาน
กำกับดูแลแห่งราชอาณาจักรกัมพูชาหรือ
Telecommunication Regulator of
Cambodia (TRC) เมื่อวันที่ 19-20 กุมภาพันธ์
2558 ณ กรุงพนมเปญ ราชอาณาจักรกัมพูชา
ทั้งสองฝ่ายจึงได้เห็นร่วมกันที่จะลงนามใน
บันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่าง สำนักงาน
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(สำนักงาน กสทช.) และหน่วยงานกำกับดูแล

พลอากาศเอกธเรศ ปุณศรี ประธาน กสทช. เปิดเผยว่าสำนักงาน
กสทช. ได้มีนโยบายในการสร้างความร่วมมือด้านกิจการโทรคมนาคมและ
การบริหารความถี่วิทยุ เพื่อนำไปสู่การสร้างประชาคมอาเซียน (ASEAN
Community) และสร้างความแข็งแกร่งและศักยภาพในอาเซียน รวมทั้ง สร้าง
เครือข่ายระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลในภูมิภาคอาเซียน เพื่อส่งเสริมความ
ร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลในอาเซียน กระชับความสัมพันธ์ระหว่าง
หัวหน้าหน่วยงานให้มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

แห่งราชอาณาจักรกัมพูชา หรือ Telecommunication Regulator of
Cambodia (TRC) ทำให้การทำงานและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน
เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมเป็นประโยชน์กับประชาชนในอาเซียนอย่างแท้จริง
นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ฉันมิตรระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน
ที่มีพรมแดนติดต่อกันด้วย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านโทรคมนาคมและการ
บริหารความถี่วิทยุ การแลกเปลี่ยนบุคลากร ทักษะ และความเชี่ยวชาญ
เฉพาะที่ทำให้เกิดประโยชน์ของทั้งสองฝ่ายอย่างแท้จริง



งานวันสื่อสารแห่งชาติ
NET 2015
การสื่อสารไทย ก้าวไกลสู่อนาคต

“กสทช.” ปิดฉากวันสื่อสารฯ 4 วัน โซ่วนวัตกรรม เน้นงานสัมมนาเพิ่มองค์ความรู้มุ่งสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ผ่านพ้นไปสำหรับมหกรรมคลังความรู้การสื่อสารและเทคโนโลยี “งานวันสื่อสารแห่งชาติ” หรือ NET 2015 จัดโดย สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เมื่อวันที่ 6-9 สิงหาคมที่ผ่านมา ถือเป็นการโหมโรงจัดงานเพื่อให้ความรู้ประชาชน สนับสนุน Digital Economy ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนล้นหลามไม่ต่ำกว่า 20,000 คน

“การจัดงานวันสื่อสารแห่งชาติประจำปีนี้ สำนักงาน กสทช. มีจุดมุ่งหมาย แสดงให้เห็นศักยภาพของเทคโนโลยีการสื่อสารซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้าง โอกาสและขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ” นี่คือนวัตกรรมประสงค์ และความมุ่งหวังของการจัดงานตามที่ พล.อ.อ.ธเรศ ปุณศรี ประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้กล่าวไว้

ไฮไลต์ในวันเปิดงานสำนักงาน กสทช. ยังได้รับเกียรติจาก ม.ร.ว.ปรีดิยาทร เทวกุล อดีตรองนายกรัฐมนตรี กล่าวปาฐกถาพิเศษเรื่อง “Digital Economy กับ การพัฒนาประเทศ” ว่าขณะนี้รัฐบาลอยู่ระหว่างพิจารณาแผนจัดสรรคลื่นความถี่ทั้งหมด โดย ขอความร่วมมือภาคเอกชนคืนคลื่นความถี่ที่เป็นสมบัติของชาตินำมาใช้เพื่อความมั่นคง ของประเทศให้สำนักงาน กสทช. ดูแลงานในส่วนนี้ ทั้งนี้รัฐบาลได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเตรียมงานดิจิทัลเศรษฐกิจและสังคม โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน เตรียมพร้อมที่รองรับการออกกฎหมายดิจิทัลอีก 6 ฉบับ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ดิจิทัลให้เดินหน้าต่อไป

ตลอดการจัดงาน 4 วัน ยังคับคั่งไปด้วยองค์ความรู้ในงานเสวนาทั้งฝั่ง กิจการโทรคมนาคม และกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ของไทย อาทิ หัวข้อ

“Digital Technology – Global Outreach”, “Traditional TV vs. Alternative Screen : Challenges and Opportunities”, “Telecommunication enables Digital disruption a new wave challenging all industries” และ “Delivery Technologies and Business Models for Mobile Television Service” ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมเสวนาในแต่ละหัวข้อเป็นจำนวนมาก เป็นการส่งเสริมความรู้แก่ผู้ประกอบการไทยให้สามารถนำความรู้ไปพัฒนาธุรกิจเพื่อ การเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ

นอกจากการให้ความรู้ด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม อีกบทบาทสำคัญของสำนักงาน กสทช. คือ "การดูแลผู้บริโภค" ซึ่งเป็นหัวใจหลักของหน่วยงานรัฐที่อยู่เคียงข้างประชาชน

ธำกร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการ กสทช. ย้ำว่าเพื่อสนับสนุนการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และการคุ้มครองประชาชน สำนักงาน กสทช. จะเข้าไปดูแลใน 3 ด้าน คือ 1. ให้ประชาชนในประเทศเข้าถึงการสื่อสารอย่างทั่วถึง 2. ดูแลอัตราค่าบริการให้มีราคาถูกลง และ 3. ดูแลด้านความปลอดภัยในการใช้บริการโทรคมนาคม บริการกระจายเสียง และบริการโทรทัศน์

ด้าน พ.อ.ดร.นที ศุกลรัตน์ ประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ได้กล่าวถึงยุคที่โทรทัศน์ไทยกำลังก้าวผ่านจากระบบแอนะล็อกสู่ระบบดิจิทัลจากนี้ก็จะเห็นสถานีโทรทัศน์ทยอยเปลี่ยนผ่านไปจนถึงปี 2561 เข้าสู่ความเป็นสากลการมีช่องโทรทัศน์และรายการที่หลากหลาย เชื่อว่าจะทำให้ผู้ประกอบการรังสรรค์เนื้อหารายการที่ดีมีคุณภาพตอบสนองผู้ชมได้มากขึ้น

งานนี้จึงถือเป็นการแจ้งเกิดงานแสดงนวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสารครั้งยิ่งใหญ่ของประเทศ ที่รวบรวมผู้นำเทคโนโลยีสื่อสารของไทยร่วมแสดงมากมาย เช่น AIS TRUE DTAC 3BB TOT Ericsson Huawei สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ThaiPBS) และสถานีโทรทัศน์ช่อง Mono29 รวมแล้วกว่า 20 บูธ นอกจากนี้ยังมีบูธการแสดงนวัตกรรมที่ได้รับความสนใจจากผู้เยี่ยมชมจำนวนมากคือ Smart Home (บ้านอัจฉริยะ) ซึ่งเป็นการจำลองการใช้ชีวิตในอนาคตอันใกล้ โดยใช้เทคโนโลยี Internet of things อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าสามารถสื่อสารกันเองได้ผ่านการควบคุมโดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อาทิ การใช้โทรศัพท์มือถือ ควบคุมและสั่งการเปิดปิดไฟฟ้า และเครื่องปรับอากาศภายในบ้านด้วยวิธีประเมินสิ่งของที่อยู่ในตู้เย็นและแสดงผลให้เห็นว่าสามารถนำมาทำอาหารประเภทใดได้บ้าง ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ หากประเทศไทยมีโครงข่ายบรอดแบนด์ความเร็วสูง หรือ 4G ที่ ครอบคลุมและทั่วถึงทั่วประเทศ

ภายในงานยังคึกคักไปด้วยผู้ประกอบการกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Set-Top-Box) ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ที่ตามหากล่อง Set Top Box คุณภาพดีราคาถูกโปรโมชันจัดเต็ม มางานนี้งานเดียวได้ทั้งสาระความรู้และได้ของดีราคาถูกกลับบ้านไปพร้อมกัน

นี่คือความมุ่งมั่นของคน สำนักงาน กสทช. ที่ผนึกกำลังร่วมกันเพื่อสร้างการแสดงผลงานสื่อสารครบวงจร เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม.

(พื้นที่ประชาสัมพันธ์)

‘เออีวิทยา’แบ่งเค้กเสาส่งไฟฟ้า

นายพีรทัศน์ ธนรัชต์วัฒนา กรรมการผู้จัดการ บริษัท เออีวิทยา จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ตามที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย หรือ กฟผ. จะขายระบบสายส่งไฟฟ้าเพื่อให้สามารถรองรับโครงการพลังงานทดแทนที่ขยายตัวไปทั่วประเทศ ซึ่งมีความต้องการสายส่งขนาด 500 กิโลโวลต์ (kV) เป็นจำนวนมากใน 3 ภูมิภาค ทั้งภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้

เพื่อรองรับพลังงานทดแทนทั่วประเทศรวมได้ 5,180 เมกะวัตต์ ทำให้มีความต้องการใช้เสาส่งสายไฟฟ้าแรงสูงขนาด 500 กิโลโวลต์ (kV) เป็นมูลค่ารวมกว่า 1 หมื่นล้านบาท ในช่วง 3 ปี ตั้งแต่ปีพ.ศ.2559-2561

“หลังจากที่คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบโครงการดังกล่าวแล้วนั้น บริษัทได้รับผลประโยชน์ทางตรง เนื่องจากเป็นผู้ผลิตเสาส่งสายไฟฟ้าแรงสูงขนาด 500 กิโลโวลต์ (kV) และเป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นผู้ผลิตรายแรกของประเทศ และได้รับการรับรองจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย มั่นใจว่าจะได้รับงานจากโครงการภาครัฐเพิ่มเติม และส่งผลให้รายได้ใน 3 ปีข้างหน้าเติบโตอย่างต่อเนื่อง”

ขณะเดียวกัน โครงการด้านโทรคมนาคมที่บอร์ด กสทช. อนุมัติให้มีการประมูลคลื่นความถี่ 4G จะส่งผลให้ความต้องการใช้เสาส่งโทรคมนาคมในปี 2559 จะมีมูลค่าสูงกว่า 1 พันล้านบาท บริษัทได้รับผลประโยชน์จากโครงการดังกล่าวเช่นเดียวกัน เนื่องจากเป็นผู้ผลิตเสาโทรคมนาคมชั้นนำ สามารถเข้าถึงการขยายโครงข่ายการให้บริการคลื่นความถี่กับโอเปอเรเตอร์ทุกรายของประเทศไทย





ยินดี รศ.ประเสริฐ ศิลพัฒน์ จัดเลี้ยงแสดงความยินดีแก่ ร.ต.ต.พงษ์นิวัฒน์ ยุทธภัณฑ์
บริการ ที่ได้รับโปรดเกล้าฯ เป็นอัยการสูงสุด ดิสทัต โทตระกิตย ไพรัช วรปานิ พล.อ.จิระ
โกมพพงศ์ และ เข้มชัย ชูติวงศ์ ได้เป็นกรรมการอัยการ โดยมี ดร.สม จาตุศรีพิทักษ์ อรรถ
พล ใหญ่สว่าง และ ดร.สมิคร เจียมบุรเศรษฐ์ ร่วมด้วย ที่โรงแรมสวิสไฮเทล เลอ คองคอร์ด



ปลื้ม พล.ต.อ.วัชรพล ประสารราชกิจ, พล.อ.อ.อาคม กาญจนหิรัญ, พล.ต.อ.จรัมพร สุระมณี, พล.ต.ท.วิบูลย์ บางท่าไม้, ดร.สมักร เจียมบุตรเศรษฐ์ และ ปกิต วัฒนกุล มาร่วมในงานเลี้ยงแสดงความยินดีแก่ ไพรัช วรปาดิ ในโอกาสได้เป็นกรรมการอัยการ ที่สपोर्टคลับ วันก่อน.

■ มหามงคลส่ง สังคมโพสต์ทูเดย์



แสดงความยินดี พล.ต.อ.วัชรพล ประสารราชกิจ พล.อ.อ.อาคม กาญจนนิตริฎ พล.ต.อ. จรัมพร สุระมณี และ พล.ต.ท.วิบูลย์ บางท่าไม้ ร่วมจัดเลี้ยงแสดงความยินดีแก่ ไพรัช วรปานิ ในโอกาสได้รับเลือกเป็นกรรมการอัยการ โดยมี สมัคร เจียมบุรเศรษฐ์ และปภิต พัฒนกุล มา ร่วมแสดงความยินดี ท่ามกลางบรรยากาศอันชื่นมื่น ณ สปอร์ตคลับ

เรียงคน มาเป็นข่าว



แสดงความยินดี - รศ.ประเสริฐ ศิลป์พัฒน์ จัดเลี้ยงยินดีกับ ร.ต.ต.พงษ์นิวัฒน์ ยุทธภัณฑ์บริหาร ที่ได้รับโปรดเกล้าฯ เป็นอัยการสูงสุด และ ดิลกัต โหตระกิตย์, ไพรัช วรปาณี, พล.อ.จิระ โกมุทพงศ์ และ เข็มชัย ชูติวงศ์ ได้เป็นกรรมการอัยการ โดยมี สม จาตุศรีพิทักษ์, อรรถพล ใหญ่สว่าง และ สมัคร เจียมบุรเศรษฐ์ ร่วมงาน ณ โรงแรมสวิสไฮเทล เมื่อเร็วๆ นี้