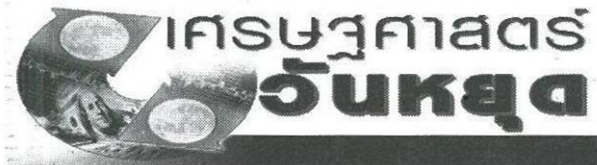




หลังมีข่าวว่ารัฐบาลเสนอให้มีการนำคลื่น 2600 MHz ออกมาประมูล เสริมเพื่อประกอบกิจการ 4 จี บรรดา ซีอีโอค่ายมือถือ ซึ่งมีส่วนได้ส่วนเสีย โดยตรง ต่างแสดงความคิดเห็นกันไปคนละแนว ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นตัวของ ตัวเองสุดๆ เริ่มตั้งแต่ สมชัย เลิศสุทธิวงค์ ซีอีโอ เอไอเอส ผู้ซึ่งหิวกระหาย อยากได้คลื่นมาทำ 4 จีเป็นที่สุด บอกเลยว่า เอาคลื่นอะไรออกมาประมูล เอไอเอส พร้อมรับทุกคลื่น...@ ส่วน ชิคเว่ เบรกเกอร์ วิชาการซีอีโอ ดีแทค ฟันธงทันทีว่า ดีแทคจะประมูลที่คลื่น 1800 MHz และ 900 MHz เป็นหลัก เนื่องจากคลื่น 2600 ไม่ค่อยมีเครื่องมือรองรับการใช้งาน...@ ด้าน ศุภชัย เจียรวนนท์ ซีอีโอ ทูม คอร์ป บอก การให้บริการ 4 จี จำเป็นต้อง ใช้คลื่นไม่ต่ำกว่า 20 MHz ซึ่งหากนำเฉพาะคลื่น 1800 และ 900 ออกมา ประมูล คงจะไม่เพียงพอ ถ้าเอา 2600 มาเสริมด้วย ก็จะแหล่สมเป็นอย่างยิ่ง ...@ ขณะที่ พิษณุ โพธารามิก ซีอีโอ จัสมิน ออกตัวแต่หัววันด้วยความฟิน เวอร์ ว่า จะเข้าร่วมประมูล 4 จีแน่ เบื้องต้นวางเงินลงทุนไว้ทั้งหมด 25,000-35,000 ล้านบาท และจะเปิดรับพันธมิตร ซึ่งอาจจะเป็นค่ายมือถือญี่ปุ่นหรือ เกาหลี เข้ามาร่วมทุนในบริษัทใหม่ที่จะเข้าประมูลใบอนุญาต แต่หากไม่มี พันธมิตร ก็สามารถระดมทุนด้วยตัวเองได้ โดยมีสภาพคล่องอยู่ราว 10,000

ล้านบาท---แบบว่า...รวย...@ สิทธิโชค นพชินบุตร แห่งไทยซัมซุง ปลื้มปลื้มมากเมื่อผลปรากฏว่าลูกค้า ในเมืองไทย คลิกกันข้อมูลเกี่ยวกับกาแลคซี เอส 6 บนอินเทอร์เน็ตสูงกว่าตอนเปิดตัวกาแลคซี เอส 5 ประมาณ 40-50% และไทยยังติดอันดับ 20 ประเทศ แรกที่มีการวางจำหน่ายพร้อมกันทั่วโลกในวันที่ 10 เม.ย.นี้ ติดที่มีวันหยุดยาว เลยเลื่อนไปหลังสงกรานต์ โน่น ส่วนระดับราคาวางจำหน่าย น่าจะไล่เลี่ยกับ กาแลคซี เอส 5 ซึ่งอยู่ในระดับราคา 23,800 บาท (ความจุ 16 กิกะไบต์) ...@ เกาะเรียบร้อย จากการ จับเข้าหาหรือระหว่าง พรชัย รุจิประภา รมว. ไอซีที และ ธาคร คณาสิทธิ์ เลขา กสทช. เห็นพ้องต้องกัน ว่าจะนำคลื่น 1800 MHz ซึ่งหมดอายุสัมปทานไป เมื่อเดือนก.ย. 2556 จำนวน 25 MHz ออกมาประมูล เพื่อให้บริการ 4 จีก่อนจากนั้นก็จะเป็นคิวของคลื่น 900 MHz ซึ่ง เอไอเอส ถือครองอยู่และจะหมดอายุสัมปทาน

ในเดือน ก.ย. 2558 ที่จะถึงนี้...@ ส่วนคลื่น 2600 MHz ซึ่งเป็นคลื่นมาตรฐาน 4 จี และอยู่ในความ ครอบครองของ อสมท และ กรมประชาสัมพันธ์ นั้น จะเน้นเจรจากับผู้ถือครองคลื่น จัดระเบียบว่า ใช้เท่าใด เหลือเท่าใดที่จะสามารถนำประมูล 4 จีได้ แล้วนำเงินที่ประมูลได้ มาเยียวยาจ่ายชดเชยให้ เจ้าของคลื่น...@ ครอบรอบเปิดศึกเกอร์ไลน์ "หนูหิ้น" ชุดแรก วิชิตาแอนิเมชัน จึงถอยหนูหิ้นชุด 2 พร้อม เสียงออกมา ใช้ชื่อ "Noohin Animated with Sound" กับหลากหลายเสียงพูดโงะๆมันๆสไตล์ อีสานบ้านเฮา รับประกันความฮา ขำ โหลดได้ใน ราคา 100 Coins หรือราว 60 บาท...@ เอลโนโว ขอเชิญร่วมสนุกถ่ายเซลฟี่กับ เอลโนโว S90 ด้วย กล้องหน้าที่ดีที่สุด 8 ล้านพิกเซล พร้อมเซ็นเซอร์ และแฟลช LED สำหรับการถ่ายภาพกลางคืนเริ่ม ตั้งแต่เซลฟี่ภาพตัวเอง, กับกลุ่มเพื่อน หรือ ถ่าย ภาพวีรกรรมชาติอัปโหลดผ่านทาง Instagram หรือ Twitter พร้อม Hashtag "LenovoSelfie" ภาพดีเด่นจะได้รับรางวัลเป็น เอลโนโว S90 และ มือถือรุ่นอื่นๆ มูลค่ากว่า 100,000 บาท จำนวน 10 รางวัล หมดเขต 5 เม.ย.นี้...@ เดินหน้าล้อบป๊อย่าง ไม่หยุดยัง ชิคเว่ เบรกเกอร์ วิชาการซีอีโอ ดีแทค โคร้ต้องการคลื่น 1800 ที่มีอยู่ในครอบครองและ ไม่ได้ใช้ราว 25 MHz กลับสู่ กสทช. เพื่อจะได้นำออกมาประมูล แจกจ่ายให้กับคนอยากได้ และ นำเงินเข้าสู่รัฐ---พูดมา 3-4 ปีแล้วและยังต้อง พูดต่อไป เอาล่ะใกล้ความจริงแล้ว ฮึบๆ...@



อีกหนึ่งเสียงสะท้อน...ของ'เกม4G'

■■ สั่นทั้งวงการโทรคมนาคม...ว่ามีความพยายามของ "ใครบางคน" ที่เดินเกมเพื่อให้มีการผนวกเอาคลื่น 2300 และ 2600 MHz มาจัดประมูลไปพร้อมกับคลื่น 1800 และ 900 MHz ที่คณะกรรมการเตรียมการดิจิทัล เพิ่งจะไฟเขียวให้กสทช. เปิดประมูลมือถือระบบ 4จี ได้ภายในเดือนสิงหาคม นี้...ทั้งนี้เพียงเพื่อประวิงเวลาการประมูลระบบ 4จี ดังกล่าวออกไปให้นานที่สุด...เพราะกว่าจะทำแผนการขอคลื่นความถี่ในย่านดังกล่าว ทำแผนชดเชยและแผนประมูลอะไรให้สะเด็ดน้ำได้ก็กินเวลาร่วมปี จึงเท่ากับเปิดทางให้ค่ายสื่อสารรายหนึ่งที่กำลังตีปับว่าเป็นเจ้าตลาดที่ให้บริการมือถือระบบ 4จีรายเดียวของไทยอยู่ได้ "กินรวบ" ตลาด 4จีได้ "สบายพุง"

ก็คงเพราะเหตุนี้ ล่าสุด นายชิว เบรคเกอร์ วิชาการประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัทโทเทิลแอนด์เคสคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค ถึงออกโรงเปิดใจกับสื่อมวลชนว่า เพื่อให้การประมูล 4จี ที่กำลังจะเกิดขึ้นสมบูรณ์ที่สุด ดีแทคพร้อมจะนำส่งคลื่น 1800 MHz ที่ถือครองอยู่และไม่ได้ใช้งานจำนวน 25 MHz กลับคืนมาให้ กสทช.นำออกมาประมูล ซึ่งเมื่อรวมกับคลื่น 1800 MHz ที่กสทช.เตรียมนำออกประมูล 25 MHz จะทำให้มีคลื่นดังกล่าวเพิ่มเป็น 50 MHz...และ ดีแทค ยังยินดี

ที่จะขยับการถือครองความถี่ที่ชั้นกลางให้เป็นก้อนเดียวกันเพื่อให้ กสทช.สามารถรวบรวมคลื่นได้เป็นก้อนเป็นกำและนำไปจัดสรรได้โดยง่าย...และยอมให้รัฐ กสทช. นำคลื่นที่ดีแตกให้อยู่ในปัจจุบัน ทั้งคลื่นความถี่ 1800 MHz อีก 25 MHz ที่ให้บริการลูกค้าระบบ 2จี และคลื่น 850 MHz จำนวน 10 MHz ซึ่งให้บริการ 3จี อยู่ นำออกประมูลก่อนหมดอายุสัมปทานในปี 2561 ด้วย...

การที่ผู้บริหารดีแทคออกโรงขนาดนี้ ย่อมไม่ใช่เรื่องบังเอิญหรือธรรมดาแน่ แต่น่าจะมีเงาข้างที่บ่งบอกให้เห็นว่ามีความพยายามของใครบางคนที่พยายามจะประวิงเวลาการประมูลมือถือระบบ 4จี ที่ประเทศไทยควรจะได้เปิดประมูลไปตั้งแต่ปีมะโว้ออกไปอีก...

และผลจากการยื้อดึงเกมการประมูลเอาไว้ขนาดนี้ ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียโอกาสในการแข่งขัน สูญเสียโอกาสในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจไปไม่น้อยเพียงใด จนวันนี้ประเทศไทยแทบจะถูกตราหน้าว่าล้าหลังเพื่อนบ้านในภูมิภาคนี้ทั้ง ลาว เขมร และพม่า ที่ต่างก็มี 4จี ให้บริการอัฟโหลดดาวน์โหลดข้อมูลกันปรี๊ดปร๊าดกันไปหมดแล้ว

เสียงสะท้อนของผู้บริหารดีแทคข้างต้นคงจะทำให้นายกฯและหัวหน้า กสทช.ได้สะดุดคิด ทำอย่างไรนโยบายที่ท่านสั่งการลงไปจะสัมฤทธิ์ผลเดินหน้าไปได้อย่างแท้จริง ทำอย่างไรจะสามารถเร่งรัดกระบวนการเปิดประมูลมือถือระบบ 4จี ให้มันปรี๊ดปร๊าดได้อย่างแท้จริงไม่ตกหลุมพรางที่ค่ายสื่อสารบางค่ายวางกับดักล่อเหยื่อไว้!!!

พงษ์พันธุ์

องค์การต้านคอร์รัปชัน ร้องสังคมเกาะติด 'มติกสท.' ขับปฏิรูปสื่อ

ตัวแทนองค์กรต่อต้านคอร์รัปชันเข้าพบผู้บริหารเนชั่น มอปปิหัน วอนประชาชนช่วยตรวจสอบมติ กสท. กรณีเอสแอลซี ถูกลงโทษไว้เกิน 10% ไม่ผิด ชี้เป็นมติที่ขัดต่อการปฏิรูปสื่อ
ลุ้นพร้อมเคียงข้างเนชั่นสู้นายทุนครอบงำ

อ่านต่อหน้า 12

ด้านคอร์รัปชัน

เมื่อเวลา 14.00 น. วันที่ 27 มีนาคม ตัวแทนจากองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) นำโดย นายมานะ นิมิตรมงคล เลขานุการ และ นายจิรวัฒน์ ลิ้มแก้วประเสริฐ ผู้อำนวยการเดินทางมาแสดงจุดยืนการมอบใบหั่นให้ทีมบริหารเนชั่น นำโดยนายสุทธิชัย หยุ่น ประธานกรรมการ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) พร้อมกล่าวถึงประเด็นการครอบงำสื่อว่า เป็นเรื่องที่สังคมต้องหันมาให้ความสำคัญ เพื่อป้องกันกำบังปิดเบี่ยงข่าวสารสาธารณะ

นายมานะ กล่าวว่า สิ่งที่เราเฝ้าระวัง

เสนอตลอดในวิชาชีพสื่อมวลชนล้วนแสดงถึงความมีจริยธรรมคุณธรรมที่ดี แต่มาวันนี้ได้รู้ว่ามีคนพยายามของกลุ่มทุนที่ต้องการเข้ามาในสื่อต่างๆ อย่างเนชั่น จึงอยากเชิญชวนพี่น้องประชาชนทุกคนให้ติดตามดูว่า อะไรกำลังเกิดขึ้นกับสิ่งที่สังคมที่มีคุณค่ากับสังคมมาโดยตลอด และหากท่านเห็นด้วยก็อยากให้อยู่ด้วยกันสนับสนุน

“สิ่งที่ทำให้เราสนใจอย่างมากคือ มติของ กสท. ที่มีเกี่ยวกับผู้ที่เข้ามาซื้อหุ้นในเครือเนชั่นเมื่อวันก่อน ซึ่งในเบื้องต้นเรามองว่ามตินี้ขัดกับหลักการปฏิรูปสื่อที่วางไว้ว่า ต้องการให้สื่อแต่ละแห่งมีความหลากหลาย ไม่มี

นายทุนรายหนึ่งรายใดที่จะสามารถครอบงำสื่อหลายฉบับหลายแห่ง ได้พร้อมๆ กัน ดังนั้นมติ กสท. ที่ออกมาจึงเป็นเรื่องที่กลางแกลงใจของสังคม เป็นเรื่องที่เราต้องติดตามเพิ่มเติม ในรายละเอียดและเหตุผลว่า ทำไม กสท. จึงมีมติออกมาขัดแย้งกับหลักการที่เราเคยรับรู้เคยได้ยินมาก่อนหน้านี้” นายมานะกล่าว

นายมานะ กล่าวต่อว่า หากผู้มีอำนาจในการกำกับดูแลมีมติใช้ดุลพินิจตนเองที่ไม่ชัดเจนไม่เสมอต้นเสมอปลาย และกลับไปกลับมาอย่างนี้ จะทำให้สังคมอยู่ยาก ทำให้สังคมระแวงซึ่งกันและกัน ทำให้คนไทยไม่ไว้วางใจ องค์การที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลมากขึ้น ดังนั้น การเรียกร้องให้เปลี่ยนแปลง ให้ปฏิรูปจะเกิดขึ้นไม่รู้จักจบสิ้น สหภาพกรณีใน

วันนี้บ้านเมืองต้องการความชัดเจนพื้นฐานการมีคุณธรรมจริยธรรม ส่วนเรื่องของคอร์รัปชันเป็นพฤติกรรมที่มีอยู่ทั่วโลก สื่อมวลชนต้องพยายามรื้อฟื้น นำความจริงมาเผยแพร่ให้สังคมได้ทราบ

“ขณะนั้นในคณะกรรมการปฏิรูปมีประเด็นที่พูดถึงคือเรื่องจะออก พ.ร.บ.ควบคุมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสิ่งที่เกิดขึ้นในบ้านเรามีนักการเมืองพยายามใช้อำนาจของตัวเอง นำเอาเงินงบประมาณของรัฐ ไปแจกจ่ายให้พวกพ้อง ให้สื่อในเครือขายในประเทศ เป็นการใช้งบของรัฐไปในทางที่ไม่เหมาะสมเป็นการคอร์รัปชันมหาศาล ซึ่งการ



■ กำลังใจ ■ ดร.มานะ นิมิตรมงคล ผู้อำนวยการองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน มาให้กำลังใจผู้บริหารเนชั่นพร้อมกับมอบใบหั่นให้แก่นายสุทธิชัย หยุ่น ประธานกรรมการเครือเนชั่นที่สำนักงานเนชั่น บางนา เมื่อวันที่ 27 มี.ค.

ครอบงำสื่อหลายๆ ครั้ง นักการเมืองอาจไม่ได้ใช้งบประมาณของรัฐ แต่จะใช้อิทธิพลใช้เครือข่ายของเขา ใช้เงินจากธุรกิจเข้ามาครอบงำสื่อได้แน่นอนการครอบงำมีโอกาทำให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ถูกบิดเบือน แต่ในวันนี้สำหรับเครือข่ายเนชั่น ไม่ใช่แค่เพียงความพยายามครอบงำสื่อ แต่ยังมีประเด็นการใช้อำนาจ ใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ของภาครัฐจากคณะกรรมการ กสท.ที่ลงมติไปนั้น จึงมีคำถามตามมาว่า ถูกต้องแล้วหรือไม่" นายมานะ กล่าว

นายมานะ กล่าวต่อว่า ถึงสุดท้ายแล้วถ้าสื่อมวลชนโดยครอบงำ คงเป็นหน้าที่ของประชาชนที่จะต้องช่วยกันให้สื่อเป็นอิสระ ส่วนตัวยินดีจะเข้ามาเป็นส่วนร่วมในการป้องกันการครอบงำสื่อ อยากให้ประชาชนเข้ามาเป็นส่วนร่วม และเป็นส่วนใดส่วนหนึ่ง อยากให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน เพื่อให้สังคมไทยดีขึ้น

ส่วนประเด็นที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องสื่อในขณะนี้ คือ การแก้ไข พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสาร ว่าทำอย่างไรการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนจะเข้าถึงอย่างเสรี มีอิสระในการเข้าไปเก็บข้อมูลสาธารณะ ซึ่งที่ผ่านมาเรียกว่าเป็นข้อมูลทางราชการ แต่วันนี้อยากจะบอกว่า เป็นข้อมูลสาธารณะที่ประชาชนควรจะได้รับรู้ผ่านสื่อมวลชน หรือประชาชนสามารถเข้าไปรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตัวเอง

"เราพบว่าสื่อที่ตั้งใจจะขุดคุ้ยประเด็นคอร์รัปชัน หรือประเด็นที่เอารัดเอาเปรียบสังคม หรือแม้แต่ประเด็นความบกพร่องในการบริหารราชการของข้าราชการ หรือนักการเมือง เป็นเรื่องที่สำคัญ ตัวอย่างที่เราเห็นได้ชัดใกล้ตัวและน่าเกลียดมาก คือ กรณีที่สภาปฏิรูปแห่งชาติเอง พยายามปกปิดไม่เปิดเผยรายชื่อ การแต่งตั้งผู้ชำนาญการ ผู้ช่วยงานซึ่งเริ่มเปิดขึ้นมาบ้างแล้ว หลังจากประชาชนช่วยกันเรียกร้อง และสงสัยว่าท่านกำลังทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง สภาปฏิรูปเองกำลังทำเรื่องการปฏิรูป เรื่องการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน แต่กลับปิดบังข้อมูลข่าวสารเสียเอง ปิดกั้นการทำหน้าที่ ซึ่งหากเราไม่สามารถแก้ไขพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารได้ การเข้าถึงข้อมูลของสื่อมวลชนก็ทำไม่ได้ สังคมก็ไม่ได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง" นายมานะ กล่าว

กสทช.จี้มือถือรีบตีทะเลเบียนชิม

สำนักงาน กสทช. ขอความร่วมมือ
 ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือแบบเดิมเงินทั้งชิมเก่า
 และชิมใหม่ ลงทะเบียนชิมภายในวันที่
 31 ก.ค. 2558 นี้ หากพ้นกำหนดจะ
 ไม่สามารถใช้โทร.ออก ไม่สามารถใช้งาน
 อินเทอร์เน็ต และไม่สามารถส่งข้อความ
 ได้ แต่ยังคงสามารถรับสายได้ตามปกติ
 ทั้งนี้ การลงทะเบียนชิมเป็นการระมัดระวัง
 ของผู้ใช้งานชิมนั้นๆ เพื่อจะช่วยป้องกัน
 การนำชิมไปใช้ในการกระทำผิดกฎหมาย
 หรือความมั่นคง ในรูปแบบต่างๆ การ
 ลงทะเบียนชิมช่วยในการรักษาสีทธิ
 ประโยชน์ ในการรักษาเบอร์ให้เป็นของ
 เรา รักษาเงิน เมื่อเลิกใช้บริการก็สามารถ

ขอเงินคืนได้ และสามารถเรียกร้อง
 สิทธิต่างๆ เมื่อเกิดปัญหาในการใช้งาน
 สำหรับการตรวจสอบว่าชิมที่ใช้อยู่บนลง
 ทะเบียนรียัง ทำได้ง่ายๆ แคกด *151#
 และโทร.ออก (ฟรี) ทุกเครือข่าย กรณี
 ที่ได้เคยไปลงทะเบียนชิมมาแล้วไม่ต้อง
 ไปลงทะเบียนซ้ำ หากตรวจสอบแล้วพบ
 ว่ายังชิมยังไม่ได้ลงทะเบียน สามารถ
 นำบัตรประชาชน หรือพาสปอร์ต หรือ
 บัตรรายงานต่างด้าว ตัวจริง และ เครื่อง
 โทรศัพท์มือถือพร้อมชิมไปลงทะเบียน
 ได้ที่ศูนย์บริการเครือข่ายที่ท่านใช้งานอยู่
 หรือจุดที่มีสัญลักษณ์ “2 แซะ” ซึ่งมีให้
 บริการกว่า 50,000 แห่งทั่วประเทศ



■ กนกกาญจน์ ประจแสงศรี
และณัฐพล เลิศศรีมงคล
Khanokkhan.Prajongsangsr@mbww.com /
Nattapon.Lertsrimongkol@initiative.com

กีฬาดันเรตติ้ง ทีวีดิจิทัล (1)

ในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา ความเคลื่อนไหวมากมายในวงการทีวีบ้านเรา โดยเฉพาะในกลุ่มทีวีดิจิทัลที่พยายามงัดไม้เด็ดมาให้ได้ดูได้ชมกันเป็นระยะๆ ไม่ว่าจะเป็นละครใหม่ๆ หรือซีรีส์จากต่างประเทศทั้งจากฝั่งอเมริกาหรือฟากเอเชียอย่างจีน เกาหลี ญี่ปุ่น ซึ่งต่างก็เป็นคอนเทนต์หลักของแต่ละช่อง ส่วนอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญที่ช่วง

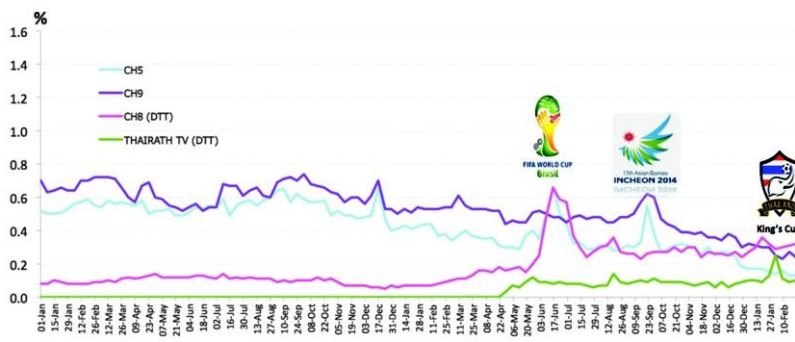
หลังถือได้ว่ามาแรงไม่แพ้คอนเทนต์อย่างละครหรือซีรีส์ก็คือ คอนเทนต์การแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ ซึ่งทีมงาน Strategy & Innovation ของ Initiative จะมาเจาะดูเรื่องราวของการถ่ายทอดสดกีฬานิตต่างๆ บนหน้าจอทีวีที่บ้านเรา

เริ่มต้นจากการแข่งขันกีฬาฮอตฮิตอย่างฟุตบอล ซึ่งในปี 2014 ที่ผ่านมามีหลายท่านก็คงได้ชมการแข่งขัน

ฟุตบอลโลกที่ประเทศบราซิลผ่านทางหน้าจอทีวีไปแล้ว ถึงแม้ว่าในระหว่างที่มีการแข่งขันจะมีความขัดแย้งกันหลายเรื่อง ระหว่างช่อง 8 ซึ่งเป็นเจ้าของเครือข่ายกับกสทช. จนหลายคนหวั่นใจว่าในรอบลีกฯ จะได้ดูการถ่ายทอดสดหรือไม่ แต่สุดท้ายแล้วเรื่องราวก็สามารถผ่านไปได้ด้วยดี ซึ่งฟุตบอลโลกเป็นหนึ่งในข้อพิสูจน์ที่ทำให้เราเห็นได้ชัดๆ ว่า “กีฬา” ก็สามารถดันให้เรตติ้งเฉลี่ยของช่อง 8 สูงขึ้นมาเทียบเท่ากับเรตติ้งของช่อง 9 เลยทีเดียว ซึ่งหลังจากนั้นถึงแม้ว่าเรตติ้งของเรตติ้งจะหล่นลงมามาก แต่ก็อยู่ในระดับที่สูงกว่าช่วงก่อนหน้าที่จะมีการถ่ายทอดสด ส่วนกีฬาที่เป็นอีเวนต์ระดับชาติอีกหนึ่งรายการคือการแข่งขันเอเชียนเกมส์ ก็สามารถดันเรตติ้งของช่อง 5 และช่อง 9 ให้ขึ้นมาได้ในช่วงเวลาที่มีการแข่งขันอยู่ ที่น่าสนใจมาก คือ การแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานคิงส์คัพครั้งล่าสุด ที่ช่องไทยรัฐทีวีได้สิทธิ์ในการถ่ายทอดสด ก็ทำให้เรตติ้งเฉลี่ยของช่องไทยรัฐทีวีสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงเวลาที่มีการแข่งขัน

ถ้าเราเจาะดูพฤติกรรมการเปิดรับช่อง 8 และช่องไทยรัฐทีวี เราจะเห็นว่าในช่วงเวลาที่มีการถ่ายทอดสดกีฬาจะมีเรตติ้งสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่น กราฟของช่อง 8 เส้นสีชมพู คือเรตติ้งทุกๆ 15 นาทีของช่อง 8 ในช่วงที่มีการแข่งขันฟุตบอลโลก จะเห็นว่าช่วงดึกของวัน และช่วงเช้ามืดมีเรตติ้งที่สูงขึ้นมากกว่าเรตติ้งในช่วงไพรม์ไทม์ด้วยซ้ำ หลังจากจบการแข่งขันเรตติ้งในช่วงเวลานั้นก็ตกลงมาในระดับปกติ ส่วนช่องไทยรัฐทีวีในวันที่มีการแข่งขันฟุตบอลคิงส์คัพ (เส้นกราฟสีเขียว) ถือว่าเป็น

> **เรตติ้งเฉลี่ยรายสัปดาห์ตั้งแต่ปี 2013-2015 กุมภาพันธ์**
กลุ่มผู้ชมอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ



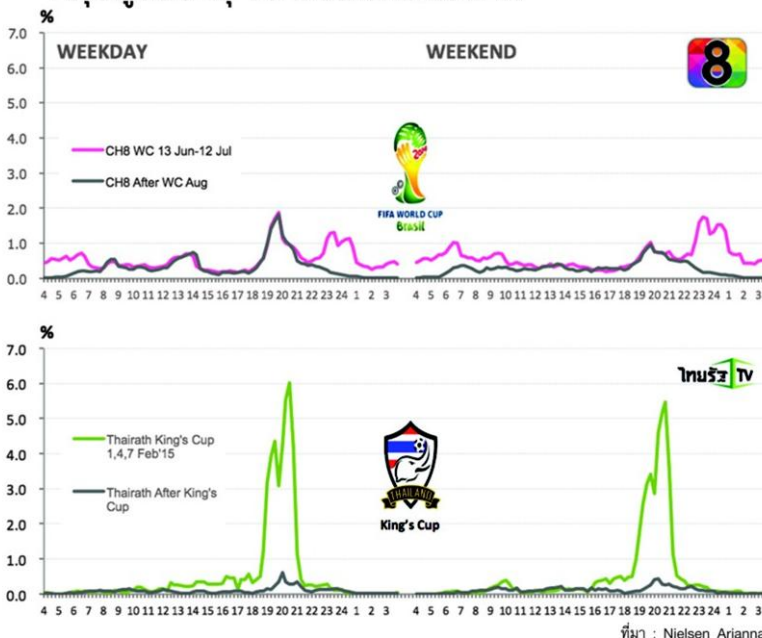
ที่มา : Nielsen Arianna

ปรากฏการณ์สำหรับช่องทีวีดิจิตอลเลยก็ว่าได้ เพราะเรตติ้งเฉลี่ยดันขึ้นไปได้ถึง 6.0% ซึ่งถือว่าสูงมากหากเทียบกับเรตติ้งเฉลี่ยของช่องทีวีดิจิตอลแทบจะทุกช่อง

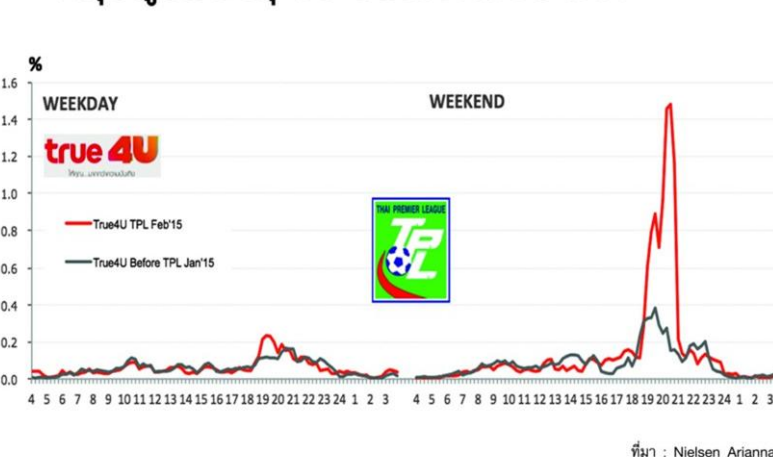
ส่วนช่องคู่แข่งอีกรายที่มีจุดเด่นเรื่องการถ่ายทอดสดกีฬาอย่างช่อง True4U ก็มีพัฒนาการของเรตติ้งที่ชัดเจน ดูได้จากการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกที่เพิ่งเปิดฉากฟาดแข้งกันในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา หากเราดูจากกราฟเส้นสีเทา คือ กราฟของเรตติ้งช่อง True4U ในช่วงเดือนมกราคมก่อนที่จะมีการถ่ายทอดสดการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ส่วนเส้นสีแดงคือ เรตติ้งของช่วงเดือนกุมภาพันธ์ที่มีการถ่ายทอดสดในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งก็เห็นได้ว่า เรตติ้งสูงขึ้นจากระดับ 0.4-0.5% ไปถึง 1.4-1.5% เลยทีเดียว

จากตัวอย่างของการถ่ายทอดสดกีฬาต่างๆ ที่เป็นอีเวนต์สำคัญๆ หรือเป็นที่สนใจของคนไทยมากๆ ก็จะสามารถทำให้ผู้ชมหันมาสนใจ และดันเรตติ้งของช่องขึ้นไปได้ไม่น้อย ถึงแม้ว่าหลังจากการแข่งขันจบลงเรตติ้งก็ไม่ได้อยู่สูงเหมือนกับช่วงที่มีการแข่งขันแต่ก็ถือว่าอย่างน้อยๆ เป็นการกระตุ้นผู้ชมให้หันมาเปิดดูช่องที่ถ่ายทอดการแข่งขันนั้นได้ ส่วนการแข่งขันที่เป็นฤดูกาลยาวนานหลายเดือนก็จะช่วยรักษาระดับเรตติ้งได้จนกว่าจะหมดฤดูกาลแข่งขัน ซึ่งก็เป็นการบ้านของเจ้าของช่องต่างๆ ว่าจะใช้กลยุทธ์ใดมาดึงดูดเอาใจให้ได้อย่างต่อเนื่องซึ่งในอนาคตอันใกล้นี้คอนเทนต์กีฬาที่อาจจะกลายเป็นคอนเทนต์ที่มีการแข่งขันสูงไม่แพ้คอนเทนต์อย่างละครหรือซีรีส์ต่างๆ ก็เป็นไปได้ ในฉบับหน้าเราจะมาดูกันว่าคอนเทนต์กีฬาที่ไม่ใช่ฟุตบอลยังมีกีฬาอะไรอีกบ้างที่ทำให้เรตติ้งของช่องทีวีดิจิตอลต่างๆ สูงขึ้นได้

> เรตติ้งเฉลี่ยทุกๆ 15 นาทีของช่อง 8 และไทยรัฐทีวี กลุ่มผู้ชมอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ



> เรตติ้งเฉลี่ยทุกๆ 15 นาทีของช่อง True4U กลุ่มผู้ชมอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ



พลิกยุคจัดเรตติ้งไทย 'วรรณี รัตนพล'

คนหัวแถว

■ จะเริ่มสำรวจ

เคลียจากเริ่มขับเคลื่อน การหาหน่วยงานที่เข้ามาดูแล เรื่อง งานวัดผลและวิจัยเรตติ้งหรือความ นิยมในสื่อ มาตั้งแต่ปี 2557 ที่ผ่าน มา จนถึงขณะนี้ ความคืบหน้าของ การดำเนินงานในเรื่องดังกล่าว โดย มีสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจ สื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) เป็น หัวเรือใหญ่ ก็เข้าใจความสำเร็จ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เนื่องจากล่าสุดได้ มีการตั้ง สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อ (มีเดีย รีเสิร์ช บูโร หรือเอ็มอาร์บี) ขึ้นมาแล้ว

การทำงานในขั้นตอนต่อไป ก็ จะอยู่ในส่วนของการเชิญบริษัทที่ เข้าร่วมประมูลจำนวน 3 ราย คือ บริษัท จีเอฟเค มาร์เก็ตโวลส์ จาก ประเทศเยอรมนี, บริษัท วิดีโอรีเสิร์ช อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จากประเทศญี่ปุ่น และบริษัท กัน ตาร์ มีเดีย จากประเทศสหรัฐอเมริกา เข้าร่วมเสนอแผน หลังจากนั้นก็จะ ประกาศรายชื่อผู้ชนะ พร้อมแต่งตั้งบริษัทที่ชนะ เพื่อเริ่มทำการวิจัย ในเดือน ก.ค. ซึ่งขั้นตอนของการ ทำวิจัย จะใช้เวลารวบรวมข้อมูล ประมาณ 1 ปี เพื่อนำมาใช้จริงใน

ในเดือน ก.ค. 2559

หนึ่งในผู้ที่ขับเคลื่อนให้เกิด สถาบัน มีเดีย รีเสิร์ช บูโร หรือเอ็ม อาร์บี คือ วรรณี รัตนพล ในฐานะ ที่ดำรงตำแหน่งเป็นนายกสมาคม มีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่ง ประเทศไทย และนั่งเป็นประธาน บริหาร บริษัท โอพีจี มีเดียแบรนดส์ ยักษ์ใหญ่วงการมีเดียเอเยนซี จึง ทำให้รับรู้ผลตอบรับหรือฟีดแบ็ก ความต้องการของลูกค้ามาโดยตลอด

โดยเฉพาะในช่วงเวลานี้เสียง บ่นเริ่มเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภค มีการ เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่มี การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้งานวิจัยที่มีอยู่ในปัจจุบันเริ่ม ไม่เพียงพอกับความต้องการ เนื่องจาก ผู้บริโภคมีช่องทางในการรับสื่อมาก ขึ้น จากเดิมรับชมรายการต่างๆ ผ่าน สื่อทีวีเป็นหลัก แต่พอเทคโนโลยี เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือสมาร์ตโฟน ส่งผลให้ผู้บริโภค เริ่มมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม หัน มารับชมทีวีผ่านช่องทางดังกล่าว มากขึ้น

วรรณี กล่าวว่า งานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ได้เป็นของสมาคมมีเดียฯ จึง ทำให้ไม่สามารถเข้าไปดูแลได้ แต่ หลังจากมีการจัดตั้งหน่วยงาน เอ็มอาร์บีขึ้นมา ผลงานวิจัยที่ออก มา จะเป็นของสมาคมมีเดียฯ ทำให้ สามารถเข้าไปควบคุมและดูแลได้

อย่างเต็มที่ หลังจากก่อนหน้านี้ได้ รับเสียงบ่นมาโดยตลอด ว่าทำไม เรตติ้งไม่ขึ้น ทำไมตัวเลขอ่านยาก

“การตั้งเอ็มอาร์บีขึ้นมาในครั้งนี้ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากประเทศ ต่างๆ เช่น หน่วยงาน บรอดคาส เตอร์ส ออเดียน รีเสิร์ช บอร์ด (บีเออาร์บี) ของประเทศอังกฤษ ที่วี ออเดียน เมสเซอร์เมนต์ โอว์แลนด์ (ทีเอเอ็มโอว์แลนด์) ของ ประเทศไอร์แลนด์ และ บูโร ออฟ เมสเซอร์เมนต์ (บีบีเอ็ม) ของประเทศ แคนาดา” วรรณี กล่าว

การตั้งเอ็มอาร์บีขึ้นมาใน ครั้งนี้ ถือเป็นการเอาหน่วยงาน ต่างๆ มารวมกัน เพื่อให้ทุกคนได้ ประโยชน์จากหน่วยงานนี้ เนื่องจาก เป็นหน่วยงานที่ไม่แสวงหากำไร หรือนั้นกำไรพิศ โดยเบเนฟิตตรง ที่จะให้ตรงนี้จึงเยอะ พอได้คุยกับ สมาคมมีเดียฯ ก็เห็นด้วย เราเลย เอาไอเดียไปขายอุตสาหกรรม ซึ่ง อุตสาหกรรมก็เห็นด้วย จึงได้เริ่ม ดำเนินการตั้งหน่วยงานเอ็มอาร์บี

จากประสบการณ์การทำงาน กว่า 20 ปีที่ผ่านมาซึ่งอยู่ในวงการ เอเยนซี ทำให้วรรณีได้มีโอกาส ใกล้ชิดกับลูกค้า และรับรู้ถึงความ ต้องการของลูกค้า ในฐานะที่เป็น นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และ ธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย จึงขอเป็น ตัวกลางและเป็นจุดเริ่มต้นของการ เปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมโฆษณา ไทยในครั้งนี้



วรรณิ รัตนพล

หลังจากก่อตั้งสถาบันมีเดีย รีเลิร์ช บูโร ขึ้นมา วรรณิ กล่าวว่า บริษัทที่จะได้รับการคัดเลือก จะเป็นบริษัทที่ถูกกำหนดให้เป็นมาตรฐานของตลาด ซึ่งหากมีราคาค่าบริการแพงขึ้น คงต้องมาตกลงกัน เพราะหากต้องการบริการเพิ่มเติมก็ต้องจ่ายเพิ่ม จากปัจจุบันที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันค่อนข้างน้อย ซึ่งก็ต้องมาโหวตกันว่าราคาไหนจะเหมาะสม

“การเกิดขึ้นของเอ็มอาร์บีไม่ได้หมายความว่า เราจะไปให้ เอชบีเอ็นิลเลียน หยุดทำธุรกิจ เพราะงาน

วัดผลและวิจัยเป็นธุรกิจของเขา ไม่เกี่ยวกับเรา เขายังคงสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ แต่เอ็มอาร์บีจะไม่มีการรับรองว่าเป็นเบนซ์ มาร์ก หรือการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะเกณฑ์มาตรฐานของตลาด ซึ่งต่างจากบริษัทที่จะได้รับคัดเลือก” วรรณิ กล่าว

อย่างไรก็ดี วรรณิ ยอมรับว่าที่ผ่านมาประเทศไทยไม่มีหน่วยงานไหนเข้ามารับรองการทำงานวัดผลและวิจัยว่าเป็นเบนซ์มาร์กของตลาด โดยครั้งนี้ถือเป็นครั้งแรกของประเทศไทยที่จะมีการเปรียบเทียบ

สมรรถนะเกณฑ์มาตรฐานของตลาด ซึ่งถือเป็นการเดินตามแนวทางมาตรฐานในตลาดต่างประเทศ ที่จะมีบริษัทที่ทำงานในด้านดังกล่าวเพียงบริษัทเดียว

นอกจากนี้ ในด้านการคัดเลือกไปยังหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญงานวัดผลและวิจัยจากประเทศฝรั่งเศส เข้ามาเป็นผู้คัดเลือกบริษัทที่มีความเหมาะสมพร้อมวัดผลการทำงาน ซึ่งในส่วนของการคณะกรรมการที่จะเข้ามาช่วยคัดเลือกจะมีทั้งหมด 15 คนจากทุกภาค ประกอบด้วย ตัวแทนจาก

ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล เคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียม และมีเดียเอเยนซี

หลังจากคัดเลือกบริษัทที่จะเข้ามาทำหน้าที่วัดผลและวิจัยสำเร็จ คงต้องมาดูว่าจะใช้แพลนนิ่ง โฮม เท่าไหร่ ซึ่งในส่วนของเอซี นีลเสน ปัจจุบันใช้ แพลนนิ่ง โฮม 1 คือ 2,200 ครั้วเรือน จาก 23 ล้านครั้ว เรือนทั่วประเทศ

“จากข้อมูลใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้น แนนอนคงทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลง แต่ว่าแพลนนิ่งใหม่จะมีการตรวจสอบอดีตใหม่ ว่าถูกหลักสถิติของหลักการคำนวณหรือไม่ ซึ่งถ้าแพลนนิ่ง โฮมมีคุณภาพงานที่ออกมาก็ต้องมีคุณภาพเช่นกัน โดยในส่วนของจำนวนแพลนนิ่งใหม่ที่จะเกิดขึ้นบริษัทวิจัยจะเป็นผู้กำหนด ว่าลักษณะประเทศไทยเป็นอย่างไร ควรใช้แพลนนิ่งเท่าไหร่ และแคไหนถึงพอ” วรรณิ กล่าว

อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบ กับประเทศอื่นๆ การทำแพลนนิ่งของไทยอาจดูต่ำ แต่ไทยก็ไม่เหมือนประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมาเลเซีย มี 3 ภาษา ฟิลิปปินส์มีเกาะจำนวนมาก ทำให้การกระจายของประชากร ไม่เหมือนกับประเทศไทย ซึ่งมีเพียง ภาษาเดียวและมีจำนวนเกาะไม่มาก

ปัจจุบันประเทศมาเลเซีย มีการใช้ตัวอย่างจำนวนครั้วเรือนในการทำงานวิจัยเรตติ้งอยู่ที่ประมาณ 1,100 ครั้วเรือน จากจำนวนครั้ว เรือนทั้งประเทศ 4.7 ล้านครั้วเรือน ฟิลิปปินส์ ใช้ตัวอย่าง 5,700 ครั้ว เรือน จากทั้งหมด 23.5 ล้านครั้ว เรือน อินโดนีเซีย ใช้ตัวอย่าง 2,400 ครั้วเรือนจากทั้งหมด 15 ล้านครั้ว เรือน และอินเดีย ใช้ตัวอย่าง 9,000 ครั้วเรือน จากทั้งหมด 57 ล้านครั้ว เรือน

หลังจากได้ทราบผลบริษัทที่จะเข้ามารับหน้าที่พร้อมผลิตผลงาน วิจัย วรรณิ มั่นใจว่าจะทำให้เกิด

การเปลี่ยนแปลงกับอุตสาหกรรม โฆษณาของประเทศไทยอย่าง แน่นนอน เนื่องจากงานวิจัยที่ออกมาจะครอบคลุมไปถึงมัลติแพลตฟอร์ม ไม่ได้เจาะอยู่ที่หน้าจอทีวี เพียงอย่างเดียว

“ตอนนี้เทคโนโลยีเปลี่ยนไป ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภค เปลี่ยนไปแล้ว ซึ่งการทำงานวิจัย คงต้องเข้าไปเจาะลึกถึงพฤติกรรม ผู้บริโภคมากขึ้น ถ้าจะรับชม รายการทีวี จะดูผ่านแพลตฟอร์มอะไร เพราะถ้าหากดูผ่านแอปพลิเคชัน ก็จะไม่โฆษณา ทำให้แวลู แอดเวอร์ไทเซอร์ไม่มี” วรรณิ กล่าว

นอกจากนี้ ยังต้องไปติดต่ออีก ว่า จะเพิ่มมูลค่าหรือแอดแวลูอะไร เข้าไปในรายการได้บ้าง ด้วยการนำ สินค้าเข้าไปอยู่ในเนื้อรายการ ซึ่ง ตรงนี้ก็ไม่ใช่งานง่าย เพราะจะติด ในข้อกำหนดกฎหมายของสำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่ กำหนดไว้

ด้วยเหตุปัจจัยดังกล่าว คนทำ รายการอาจจะต้องมีการครีเอทีฟ รายการมากขึ้น เพราะถ้ายึดเยียด สินค้าเข้าไปในรายการมากเกินไป ก็จะไม่มีคนดู ดังนั้นจึงต้องผลิต คอนเทนต์ให้สินค้าเนียนเข้าไปอยู่ใน รายการให้ได้ โดยไม่ให้ผู้บริโภค รู้สึกว่ายัดเยียดมากเกินไป

“การครีเอทีฟรายการเอเยนซี คงต้องมีการปรับตัวให้สินค้าเนียน เข้าไปอยู่ในรายการมากขึ้น ซึ่งก็ถือเป็นเรื่องที่ท้าทายและไม่น่าจะเป็น ปัญหากับเอเยนซี เพราะตลอด ระยะเวลาที่ผ่านมาเอเยนซีมีการ ปรับตัวมาโดยตลอดอยู่แล้ว” วรรณิ กล่าว

วรรณิ กล่าวอีกว่า ตลอดระยะเวลาการทำงานกว่า 20 ปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมาโดย

ตลอดไม่เคยมีคำว่าเอ็นดีงสตอร์ ทุกอย่างเปลี่ยนไปเรื่อยๆ เนื่องจาก พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไปตาม เทคโนโลยี ช่วงแรกที่ได้ก้าวเข้าสู่ วงการเอเยนซี ยังใช้พิมพ์ดีดอยู่เลย แต่วันนี้ทุกคนใช้แท็บเล็ต สมาร์ท โฟนกันหมดแล้ว

แม้ว่าเทคโนโลยีจะมีการ เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดยั้ง ส่งผลให้มีแพลตฟอร์มใหม่ๆ เข้ามา ซึ่งแซงอุตสาหกรรมของโฆษณาทีวี แล้ววรรณิ ก็ยังมั่นใจว่าทีวียังคงเป็น สื่อหลักที่ลูกค้าจะใช้เม็ดเงินโฆษณา เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเปลี่ยน พฤติกรรมและเข้าถึงผู้บริโภคได้ดี ที่สุด

ด้วยเหตุปัจจัยดังกล่าว ส่งผล ให้เอเยนซียังคงเน้นการทำงานไปที่สื่อทีวี ซึ่งปัจจุบันมีสัดส่วนอยู่ที่ 65% เป็นหลัก และจากการที่ปัจจุบัน ฟรีทีวีของไทยมีมากขึ้น จึงถือเป็น อีกหนึ่งโอกาสของการกระจายเม็ดเงินไปสู่ทีวีช่องอื่นๆ นอกเหนือจาก ช่อง 3 5 7 9 และ 11

“แม้ว่าทีวีจะยังคงเป็นสื่อหลัก ที่เลือกใช้ แต่ทีวีดิจิทัลก็จะมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามการเติบโตของสมาร์ตโฟน เห็นได้จาก การที่พีแอนด์จียอมให้แข่งกับเน็ตไป กับสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะเขามอง เห็นว่าในแต่ละวันผู้บริโภคใช้เวลา อยู่กับอินเทอร์เน็ตมหาศาล แต่จะ ทำอย่างไรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย” วรรณิ กล่าว

วรรณิ กล่าวต่อว่า แต่ละสื่อ จะมีหน้าที่ที่แตกต่างกัน เช่น ทีวีทำหน้าที่สร้างให้คนรับรู้ เห็นภาพ และ กระตุ้นความสนใจ พอสามารถ กระตุ้นความสนใจสำเร็จ ผู้บริโภค ก็จะไปหารายละเอียดในอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะนี้

ส่วนจะสามารถกระตุ้นให้ผู้มา ซื้อสินค้าได้หรือไม่ คงต้องอยู่ที่อิน

สไตร์ ว่าราคาตรงกับความต้องการ
ของผู้บริโภคหรือไม่ เพราะเคียวนี้
ก่อนซื้อสินค้าผู้บริโภค จะหันไปหา
ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตก่อนว่าคุณภาพ
เป็นอย่างไร ราคาเท่าไร พอถึง
เวลาไปหน้าร้านก็ดูที่สินค้าว่าเป็น
ไปอย่างที่ต้องการหรือไม่ ถ้าสินค้า
หน้าร้านไม่ตรงกับความต้องการ ก็
จะหันมาซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะ
ราคาถูกกว่า

การเปลี่ยนมือของบริษัททำ
วิจัยครั้งนี้ แม้ว่าปัจจุบันจะมีกระแส
ว่า บริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่ และ
ทีวีบางช่องไม่เข้าร่วมก็ตาม แต่
“วรรณิ” ในฐานะสวมบพผู้นำการ
เปลี่ยนแปลงจัดเรตติ้งสื่อของเมือง
ไทย บอกว่า เป็นเรื่องของความ
ไม่เข้าใจ และไม่รู้จริงเท่านั้น แต่
มั่นใจว่าการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้จะ
ทำให้วงการอุตสาหกรรมโฆษณา
เปลี่ยนไปแน่ ไม่ใช่เพียงแค่เปลี่ยน
บริษัททำงานวิจัยจาก เอซี นิลเอ็น
ที่กุมธุรกิจนี้รายเดียวมากกว่า 25 ปี
เท่านั้น ■



‘ไม่เอาเปรียบ จริใจ’

ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมา ในวงการเอเยนซี “วรรณิ รัตนพล” ได้รับรางวัลการันตีผลงานมาหลายรายการ เช่น ปี 2547-2548 ได้รับรางวัล “Agency of the year” ในฐานะเป็นผู้นำที่มีผลประกอบการดีเด่นประจำภาคพื้นเอเชีย แปซิฟิก ต่อมาปี 2549 ได้รับรางวัล “Boss of the year” จาก นิตยสาร Boss และปี 2555 ได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งใน CEO หญิงดีเด่นจากหนังสือพิมพ์

ความสำเร็จที่ได้รับดังกล่าว วรรณิ เล่าว่า การจะทำงานให้ประสบความสำเร็จเราต้องพยายามทำให้อดีที่สุด ไม่เอาเปรียบ เอาใจเขามาใส่ใจเรา มีความจริงใจ มีความเป็นพาร์ทเนอร์ และต้องบริหารบให้มีความมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ในด้านของการศึกษา วรรณิจบปริญญาตรีเกียรตินิยม สาขา Advertising จาก Texas Tech University สหรัฐอเมริกา จากความรู้ในห้องเรียนที่สั่งสมมากับใบปริญญาเกียรตินิยม ส่งผลให้มีความพร้อม สำหรับการก้าวเข้าสู่วงการเอเยนซี

วรรณิเริ่มเข้าสู่วงการเอเยนซี ด้วยการเป็น Media Planning ของบริษัท ลินตาส (ประเทศไทย) ในปี 2520-2522 ในช่วงเวลาดังกล่าว ได้ย้ายไปเป็น Account Executive ต่อมาปี 2523-2527 ได้ไปนั่งเป็น Brand Manager บริษัท Hoechst Thai ปี 2528-2530 ไปนั่งเป็น Account Group Director บริษัท Amex & Grey Advertising

ต่อมาปี 2531-2539 ข้ามไปนั่งเป็น Media Planning Associate Director บริษัท ลินตาส (ประเทศไทย) ปี 2539-2542 ขยับไปเป็น Executive Vice President ดูแล Media Planning บริษัท ลินตาส (ประเทศไทย) ปี 2542-2547 แยกไปเป็น Managing Director บริษัท อินนิซิโอทีฟ มีเดีย ปี 2548 เลื่อนขั้นไปนั่งตำแหน่ง Chairman บริษัท อินนิซิโอทีฟ มีเดีย

หลังจากบริษัท อินนิซิโอทีฟ มีเดีย ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ไอพีจี มีเดีย แบรินดส์ รับผิดชอบดูแลทั้ง Initiative UM และ BPN วรรณิยังคงเป็นประธานบริหารตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปัจจุบัน

นอกจากได้ดำรงตำแหน่งต่างๆ ในช่วงกว่า 20 ปีที่ผ่านมา ในปี 2555 วรรณิยังได้รับการคัดเลือกเป็นนายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย หรือ MAAT วาระ 2 ปี

ในช่วงเป็นนายกสมาคมมีเดียเอเยนซี วรรณิ ได้ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การวัดเรตติ้งมาแล้วครั้งหนึ่ง ด้วยการจับมือกับ พีเอสไอ และจีเอฟเค สร้างระบบวัดเรตติ้งที่มีมาตรฐาน พร้อมหาวิธีเพิ่มความแม่นยำในการจัดสรรงบประมาณโฆษณา เนื่องจากเริ่มมีหลายฝ่ายตั้งคำถามถึงความถูกต้องของการวัดเรตติ้งผู้ชมทีวี ซึ่ง เอชอี นิลเสน เป็นผู้ดูแล ของการดำเนินการในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นเพียงแค่การดีน้ำให้กระเพื่อมเท่านั้น

แม้ว่าจะผลักดันการเปลี่ยนแปลงเรตติ้งไม่สำเร็จ ระหว่างทางเดินในปี 2556 วรรณิได้รับเลือกจาก The internationalist ประเทศอังกฤษ ให้เป็น 1 ใน 31 คน จากวงการมีเดียเอเยนซีทั่วโลกให้ได้รับตำแหน่ง the Agency Innovator for 2013

หลังจากครบวาระตำแหน่งนายกสมาคมมีเดียเอเยนซี ปี 2557 วรรณิได้รับการคัดเลือกให้เข้ามาเป็นนายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทยอีกครั้งในวาระ 2 ปี ซึ่งครั้งนี้วรรณิหันมาปิดฝุ่นแผนการปรับเปลี่ยนการวัดเรตติ้งอีกครั้ง ด้วยการระดมความคิดเห็นจากคนในวงการต่างๆ เกี่ยวกับการหาบริษัทที่มีความเหมาะสมเข้ามาทำหน้าที่แทน เอชอี นิลเสน

เมื่อได้ข้อสรุปพร้อมในการเปลี่ยนแปลง จึงได้จัดตั้งสถาบันมีเดีย รีเสิร์ช บูโร หรือ เอ็มอาร์บี เข้ามาดูแลและควบคุมมาตรฐานการวัดเรตติ้งของบริษัทใหม่ ที่จะเข้ามาทำหน้าที่ นับตั้งแต่เดือน ก.ค.นี้ เป็นต้นไป

จากความสามารถที่ท่วมท้น ส่งผลให้วรรณิได้รับคัดเลือกจากคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ให้เข้านั่งเป็นหนึ่งในสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ซึ่งวรรณิบอกว่าหลังจากเข้ามารับตำแหน่งดังกล่าว มีหลายเรื่องที่ต้องศึกษาหาข้อมูล เพื่อเตรียมเข้าประชุม

ภาระหน้าที่ทั้งหลายที่ได้รับมอบหมายดังกล่าว วรรณิบอกว่า “ถ้านั่งอยู่ในพื้นฐานที่จริงใจ และไม่เอาเปรียบ พร้อมกันเอาใจเขามาใส่ใจเรา ทุกอย่างก็จะผ่านพ้นไปได้ด้วยดี”