

'เปิดชิง'วัดเรตติ้งทีวี 'เน็ลเส็น'เมินรวมวง

จับตาเปลี่ยนแปลงบริษัทวิจัย
ผู้ชมทีวีครั้งแรกรอบ 25ปี

สมาคมมีเดียฯ ตั้งหน่วยงาน "เอ็มอาร์บี" กำกับ
ดูแลเรตติ้งทีวี เปิดทางบริษัทวิจัยเสนอแผน
ชิงงาน สัมภาษณ์ 5 ปี เริ่มรายงาน ก.ค.59 จับตา
อุตสาหกรรมสื่อ-โฆษณาเปลี่ยนมือบริษัทวัด
เรตติ้งครั้งแรกรอบ 25 ปี หลัง "เน็ลเส็น" เมิน
ยื่นเสนอแผน

นางวรรณรัตน์ พล นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี
และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) เปิดเผยว่า
สมาคมฯ ซึ่งมีสมาชิกจากผู้ประกอบการใน
อุตสาหกรรมสื่อ มีเดีย เอเยนซี ผู้ผลิตรายการ
เริ่มหรือครั้งแรกในเดือน มิ.ย.2557 โดยได้
ฉันทามติในการจัดตั้ง สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนา
สื่อ (Media Research Bureau หรือ MRB)
หน่วยงานภายใต้สมาคมฯ จากนั้นเดือนพ.ย.2557
แต่งตั้งคณะกรรมการ 15 คน มีสัดส่วนจากทีวี
ดิจิทัล ทีวีดาวเทียม เคเบิล เอเยนซี และสมาคมฯ

โดย "เอ็มอาร์บี" เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร
ได้รับเงินทุนจากสมาชิก ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นหน่วยงาน
ที่เข้ามาควบคุมดูแลและกำกับงานวิจัยเรตติ้งการ
รับชมโทรทัศน์ในทุกแพลตฟอร์มสำหรับอุตสาหกรรม
สื่อ เนื่องจากอุตสาหกรรมทีวีและพฤติกรรมผู้ชม
เปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลเห็นได้จากผล
สำรวจของบริษัทวิจัย Millward Brown พฤติกรรม
การใช้เวลาของคนไทยผ่าน "4 จอหลัก" ที่เป็นอุปกรณ์
หลักเข้าถึงสื่อและรับชมทีวี ในปี 2557 โดยรวมอยู่ที่
436 นาทีต่อวัน "สมาร์ตโฟน" เป็นเครื่องมือหลักที่
คนไทยใช้เวลาสูงสุดที่ 167 นาที รองลงมาคือ
แล็ปท็อป 96 นาที แท็บเล็ต 95 นาที และทีวี 78 นาที

"จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอุตสาหกรรม
สื่อ จึงต้องการข้อมูลวิจัยเรตติ้งผู้ชมทีวีที่สอดคล้อง
กับพฤติกรรมผู้ชมในปัจจุบัน"

ทั้งนี้ เอ็มอาร์บี ได้ส่งหนังสือเชิญให้บริษัท
ที่เชี่ยวชาญด้านวิจัย มาเสนอแผนจัดทำเรตติ้ง
ทีวี เพื่อว่าจ้างจัดทำวิจัยเรตติ้งทีวีสัญญา 5 ปี ซึ่ง
ปิดยื่นรับแผนงานในวันศุกร์ที่ 6 มี.ค.ที่ผ่านมา

พบว่าบริษัทวิจัย 3 รายยกยื่นเสนอแผนเพื่อแข่งขัน
ชิงงานจัดทำวิจัยเรตติ้งทีวี คือ GFK จากเยอรมนี
วีดีโอ รีเสิร์ช จากญี่ปุ่น และกันตาร์ มีเดีย จากอังกฤษ
ขณะที่ เอจีบี เน็ลเส็น ซึ่งเป็นผู้จัดทำเรตติ้งทีวีใน
ปัจจุบัน และได้รับเชิญจากเอ็มอาร์บี เพื่อเข้าร่วม
แข่งขันเสนองานวัดเรตติ้งทีวี "ไม่ยื่น" เสนอแผน
งานตามที่กำหนดปีรับในวันที่ 6 มี.ค.ที่ผ่านมา

"การคัดเลือกบริษัทวิจัยเรตติ้งทีวีของเอ็มอาร์บี
ซึ่งจะเป็นวิจัยที่สมาคมมีเดียฯ เป็นเจ้าของและ
รับรองความถูกต้องอย่างเป็นทางการ เพื่อใช้เป็น
ข้อมูลของทั้งอุตสาหกรรมสื่อ จะพิจารณาจาก 3
บริษัทที่ยื่นเสนอแผนเท่านั้น โดยเน็ลเส็นตัดสินใจ
ไม่เข้าร่วมแข่งขันในครั้งนี้" นางวรรณรัตน์ กล่าว

ในวันที่ 25-26 พ.ค.นี้ เอ็มอาร์บี จะเปิดให้
3 บริษัทวิจัยเสนอแผนงานงาน โดยพิจารณาหลัก
เกณฑ์การคัดเลือก 4 ด้าน คือ 1.ประสบการณ์การ
จัดทำวิจัยเรตติ้งในรูปแบบมัลติ แพลตฟอร์ม
การรับชมทีวีผ่าน 4 จอหลัก คือ ทีวี แท็บเล็ต
พีซี และมือถือ สัดส่วนคะแนน 20% 2.รูปแบบ
การวิจัย 40% 3.ซอฟต์แวร์ 10% และ 4.ราคาจัดทำ
วิจัย 30% คาดว่าจะทำสัญญาว่าจ้างผู้ชนะการ
แข่งขันเสนอแผน มิ.ย.2558 เริ่มงานวิจัย ก.ค.
2558 และ ก.ค. 2559 เริ่มรายงานการวัดผลเรตติ้ง

นอกจากนี้สมาคมฯ ได้ว่าจ้าง CESP หน่วยงาน
ตรวจสอบการจัดทำวิจัยเรตติ้งจากฝรั่งเศส ซึ่งเป็น
องค์กรไม่แสวงหากำไร มาดูแลการจัดทำ ที่เออาร์
การคัดเลือกบริษัทวิจัยเรตติ้งการทำสัญญาจ้างตรวจ
สอบและประเมินผลงานรายปี สำหรับงบประมาณใน
การว่าจ้างบริษัทวิจัยเรตติ้งทีวี จะมาจากเงินลงทุน
ของผู้ใช้งาน คือ ทีวีดิจิทัล ทีวีดาวเทียม เคเบิลทีวี
และเอเยนซี ซึ่งจะกำหนดอัตราการจ่ายตามมูลค่า
ของงบโฆษณาผ่านสื่อทีวีในแต่ละเช็กเม้นต์

นายไตรลจน์ นวะมะรัตน์ อุปนายกสมาคมมีเดีย
เอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทยกล่าวว่าการวิจัย
เรตติ้งทีวีไทยที่ผ่านมาอยู่ภายใต้การดำเนินงานของ
เน็ลเส็น มาตลอด เริ่มจากในนาม ดีมาร์ เอช. เน็ลเส็น
และ เอจีบี เน็ลเส็น การที่เน็ลเส็นไม่ร่วมแข่งขันชิงงาน
วิจัยเรตติ้งกับสมาคมฯ หลังการคัดเลือกผู้ชนะจะถือ
เป็นการเปลี่ยนแปลงบริษัทวิจัยเรตติ้งทีวีอย่างเป็นทางการ
ของอุตสาหกรรมครั้งแรกในรอบ 25ปี