

ปฏิวัติเล็กผูกขาดเรตตั้ง ตั้ง 'เอ็มอาร์บี' ตัวกลางวัดผล

ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมโฆษณาไทยเลยก็ว่าได้ หลังจากสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) ออกโร้ดแมทฉบับใหม่เป็นหน่วยงานกลางตั้งสถาบันเพื่อพัฒนาสื่อหรือ มีเดีย รีเสิร์ช บูโร (เอ็มอาร์บี) เพื่อให้ได้ข้อมูลการวัดเรตตั้งที่สะท้อนภาพความเป็นจริงของอุตสาหกรรมโฆษณา

ปัจจุบันหน่วยงานของเอ็มอาร์บีมีบอร์ดบริหารจากหลายภาคส่วนคอยดูแล ประกอบด้วย มีเดียเอเยนซี ทีวีดิจิทัล เคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม นอกจากนี้ยังมีคณะทำงานอีก 2 ทีม คือ ฝ่ายเทคนิค จะทำหน้าที่ดูแลและกำหนดทิศทาง การวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ขณะที่ฝ่ายสื่อสารข้อมูลจะเป็นผู้ดูแลข้อมูลและผลวิจัยให้กับกลุ่มสมาชิก รวมถึงการให้ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันมีผู้สนใจเข้ามาสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกในรูปแบบพันธมิตรเชิงเมมเบอร์ คือ เสียค่าสมัครสมาชิก 1 หมื่นบาท เพื่อรับข้อมูลวิจัยพื้นฐานเป็นจำนวนมาก

สำหรับสมาชิกที่ต้องการข้อมูลที่ครบถ้วน ขณะนี้ทางสมาคมมีเดียฯ ยังไม่ได้กำหนดราคาค่าบริการ เนื่องจากขั้นตอนการดำเนินงานของหน่วยงานเอ็มอาร์บียังอยู่ระหว่างการสรรหาผู้ที่มีความเหมาะสม เพื่อเข้ามาทำหน้าที่วิจัยข้อมูลในด้าน



คุณสมบัติของบริษัทที่จะได้รับการคัดเลือก

- ประสิทธิภาพการทำมัลติแพลตฟอร์ม
- ผลงานวิจัย
- ซอฟต์แวร์ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย
- ความเหมาะสมของราคา

เหตุผลในการจัดตั้งหน่วยงาน

- มีบริษัทวัดเรตตั้งรายเดียว ทำให้เกิดปัญหาการผูกขาดตลาด
- ผลวิจัยที่ได้ไม่ครอบคลุม
- ข้อมูลไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- ราคาการให้บริการสูงเกินไป

ต่างๆ ของอุตสาหกรรมโฆษณา

วรรณิ รัตนพล นายกสมาคม MAAT กล่าวว่า ขณะนี้ไม่มีบริษัทที่เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและวัดผลเข้ามาร่วมประมูลงานแล้วจำนวน 3 ราย ประกอบด้วย บริษัท จีเอฟเค มาร์เก็ตไวส์ บริษัท วีดีโอรีเสิร์ช อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) และบริษัท กันตาร์ มีเดียฯ

หลังจากได้รับบริษัทเข้าร่วมประมูลมาเรียบร้อยแล้ว สมาคมมีเดียฯ ได้ทำการเรียกผู้ประมุขมาหารือ เพื่อฟังการพิจารณาการประมูลไปเมื่อวันที่ 9 มี.ค.ที่ผ่านมา หลังจากนั้นประมาณวันที่ 25-26 มี.ค.นี้ จะเชิญบริษัทที่เข้าร่วมประมูล เข้าร่วมเสนอแผน พร้อมกับแต่ง

ข้อมูลที่ได้รับยังไม่ครอบคลุมและไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้อุตสาหกรรมโฆษณาที่ออกมาไม่สะท้อนภาพความเป็นจริง

ตั้งบริษัทที่ชนะการประมูลในเดือน มิ.ย. ก่อนที่จะเริ่มทำการวิจัยในเดือน ก.ค. เพื่อให้ได้ข้อมูลพร้อมเริ่มใช้จริงในอีก 1 ปีนับจากนี้ หรือ

เดือน ก.ค. 2559 อย่างไรก็ตาม บริษัทที่ได้รับคัดเลือกให้เข้ามาดูแลงานวิจัยและวัดผลเรตตั้งนั้น ขณะนี้ทางสมาคมมีเดียฯ ไม่ได้กำหนดตายตัวว่าจะต้องเป็นบริษัทใดบริษัทหนึ่ง เนื่องจากต้องรอดูการเสนอผลงานและความพร้อมของแต่ละบริษัท ซึ่งหากแต่ละบริษัทมีความสามารถที่โดดเด่นและแตกต่างกัน ก็อาจจะใช้ทั้ง 3 บริษัทในการดำเนินงานเรื่องดังกล่าว

ปัจจุบันที่ทำให้สมาคมมีเดียฯ หันมาตั้งหน่วยงานเอ็มอาร์บีมาดูแลงานวิจัยและวัดผลเรตตั้งอุตสาหกรรมโฆษณาไทยในครั้งนี้ ปัจจัยหลักเกิดจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป คือ หันมารับชมรายการต่างๆ

ผ่านอุปการณ์ที่นอกเหนือจากหน้าจอตีพิมพ์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ การที่ประเทศไทยมีบริษัทที่ทำงานด้านวิจัยรายใหญ่เพียงรายเดียว คือ เอซี นีลเส็น ทำให้เกิดการผูกขาดตลาด มีค่าบริการที่สูงเกินความเหมาะสม ขณะเดียวกันข้อมูลที่ได้รับยังไม่ครอบคลุมและไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ภาพอุตสาหกรรมโฆษณาที่ออกมาไม่สะท้อนภาพความเป็นจริง

จากปัจจัยดังกล่าว จึงทำให้สมาคมมีเดียฯ ต้องออกมาตั้งหน่วยงานเอ็มอาร์บีเพื่อดูแลงานวิจัยและวัดผลเรตติ้ง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสะท้อนภาพความเป็นจริงของอุตสาหกรรมโฆษณา และเป็นหน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร

หลังจากหาบริษัทที่มีความเหมาะสมเข้าร่วมงานสำเร็จ สมาคมมีเดียฯ มั่นใจว่าอัตราค่าบริการงานวิจัยและวัดผลที่สมาชิกได้รับจะต้องปรับตัวลดลงจากที่ใช้อยู่ในปัจจุบันที่โดนผูกขาดกันมายาวนานถึง 25 ปีอย่างแน่นอน แต่จะเริ่มต้นที่เท่าไร และได้รับบริการอะไรบ้างนั้น กลางปีนี้คงเห็นภาพชัดเจนหลังจากทราบผลว่าใครจะเข้ามาเป็นผู้ดำเนินการ

ถือได้ว่าเป็นนิมิตหมายอันดี และเป็นจุดเริ่มต้นของการปฏิวัติเรตติ้งบ้านเราทีเดียว