



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ.....สำนักงานการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ...ส่งต. โทร. ๐-๒๖๑๘-๒๓๒๓...ต่อ ๑๗๑๐.๑๗๑๑  
ที่ นร.๐๒๐๙.๐๓/๐๕๕๖.....วันที่ ๒๙ สิงหาคม ๒๕๖๓.....

เรื่อง...ขอเชิญเข้าร่วมการอบรมออนไลน์ของ AIBD หัวข้อ “การประเมินผลกลุ่มเป้าหมายของสื่อสาธารณะ”  
(Public Broadcaster and TV Audience Measurement)

เรียน ผอ.สทท. ผอ.สวท. ผอ.สนช. ผอ.สนผ. และ ผอ.สปช. ๑ - ๘

สถาบันพัฒนากิจการวิทยุ - โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development: AIBD) เชิญ กปส. ส่งผู้แทนเข้าร่วมการอบรมออนไลน์ หัวข้อ “การประเมินผลกลุ่มเป้าหมายของสื่อสาธารณะ” (Public Broadcaster and TV Audience Measurement) ในวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๖๓ เวลา ๑๐.๐๐ - ๑๑.๓๐ น. (ตามเวลาประเทศไทย) เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคการประเมินและวัดผลกลุ่มเป้าหมายของสื่อสาธารณะให้เกิดประสิทธิผล ตลอดจนศึกษาแนวโน้มและเทคโนโลยีในการบริหารจัดการกลุ่มผู้ชมผู้ฟังของสื่อสาธารณะ วิทยากรในการอบรมครั้งนี้คือ Ravi Arora ซึ่งเป็นผู้บริหารบริษัท DecisionCraft Inc. ในนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา มีประสบการณ์ในการนำเทคโนโลยีมาศึกษากลุ่มเป้าหมายของสื่อโทรทัศน์ และเป็นผู้สร้างเครื่องมือที่เรียกว่า aMap เพื่อใช้ประเมินผลกลุ่มเป้าหมายสื่อโทรทัศน์ในประเทศอินเดีย มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ แคนาดา ในการนี้ ผู้เข้าร่วมอบรมควรเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านรายการ การผลิตรายการและข่าว ตลอดจนผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการจัดทำแผนหรือการวิจัยและประเมินผลกลุ่มเป้าหมาย สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี

สพต. ขอเชิญท่านส่งผู้แทนเข้าร่วมการอบรมดังกล่าว โดยสแกน QR Code ที่แนบตอนท้ายหนังสือนี้ เพื่อลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม และกรุณาแจ้งชื่อและสังกัดไปที่ e-mail: intercoop.prd@gmail.com หากมีข้อสงสัยสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ ส่วนส่งเสริมงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ สพต. หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๑๗๑๐ - ๑๑

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นางปรีห์กมล ถนอมศักดิ์ชัย)

ผอ.สปต.

ลงทะเบียน



(<https://forms.gle/rv4XpErnqqM52X1T8>)



**AIBD Webinar on  
Public Broadcaster and TV Audience Measurement  
3<sup>rd</sup> September 2020  
11:00 AM MYT (GMT+8)**

**PROJECT OUTLINE**

**Background**

One of the biggest assets of any public service broadcaster is its audience. Like any product, it can be packaged and sold to generate revenues. But, are most broadcasters, especially in the Asia and the Pacific, even aware of it?

TV Audience Measurement (TAM) is a typical case of the tail wagging the dog, where an investment of a few million dollars ends up deciding the fate of billions of advertising dollars. Given the high stakes involved, even a small error can affect the fortunes of broadcasters significantly. Moreover, most TAMs' attention to the needs of the niche and public broadcasters is severely inadequate.

**Aim**

The webinar will broaden the understanding of audience measurement for broadcasters, and their effectiveness. It will also highlight various trends and technologies in TV audience management.

**Objectives**

The objective of the webinar is to understand/discuss:

1. The limitations of various TV audience measurement technologies.
2. How and why are the needs of the niche and public broadcasters often not adequately addressed?
3. What public broadcasters could do to protect their interest?

**Consultant:**

Ravi Arora is the CEO of DecisionCraft Inc. based in the Greater New York area. He had set up a TV audience measurement panel, named aMap, in India. aMap comprised of 7,000 households spread over 83 towns. Based on his experiences with aMap, DecisionCraft Inc. developed an alternate TV audience measurement technology. The hardware for this system was designed and manufactured in South Korea. This technology has been used in Malaysia, Bulgaria, and Mexico. It's also used for other purposes in the USA, UK, Canada, Singapore, and Dubai. Ravi has personal audience measurement experiences in India, Mexico, Bulgaria, Brazil, Pakistan, Saudi Arabia, and UAE. He is experienced with various audience measurement technologies (fingerprinting, water-marking, picture matching etc).



AIBD

**AIBD Webinar on  
Public Broadcaster and TV Audience Measurement  
3<sup>rd</sup> September 2020  
11:00 AM MYT (GMT+8)**

**AGENDA**

<b>Time</b>	<b>Event</b>
<b>11:00 – 11:05</b>	<b>Introduction of the Event</b>
<b>11:05 – 11:30</b>	PART I- Understanding TV and Audience Measurement Technologies
<b>11:30 – 12:00</b>	PART II- Audience Measurement and Public Broadcasters
<b>12:00 – 12:30</b>	<b>Question &amp; Answer Session</b>

<><><><>