



บทที่ 2

สำนักหอสมุด

วิธีการวัดจากจำนวนผู้ชม (People Meters) ในประเทศไทย (ข้อมูลจากบริษัท Deemar)

วิธีการวัดจากจำนวนผู้ชม (People Meters) ได้เริ่มใช้ในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2528 ซึ่งในขณะนั้นมีสถานีโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 7 เท่านั้นที่มีการแพร่ภาพทั่วประเทศ พื้นที่ที่จะทำการวัดผลจะต้องสามารถรับสัญญาณของสถานีโทรทัศน์ได้อย่างน้อย 3 สถานี จาก 4 สถานีหลัก ๆ จะเรียกพื้นที่นั้นว่า "Bangkok Transmission Area" ซึ่งจะรวมถึงกรุงเทพมหานคร และจังหวัดศูนย์กลางหลักบริเวณปริมณฑล

การรายงานการวัดผลจะทำทุกสัปดาห์ และการวัดผลทั่วประเทศจะทำการวัดปีละครั้ง เพื่อประมาณจำนวนจำนวนผู้ชมทั้งหลายในประเทศ

พื้นที่ทำการติดตั้งอุปกรณ์การวัดผล

พื้นที่ที่บริษัท Deemar ได้ทำการติดตั้งอุปกรณ์การวัดผลใน 24 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี ฉะเชิงเทรา สระบุรี ลพบุรี อโยธยา อ่างทอง สมุทรสงคราม สมุทรปราการ นครนายก ชัยนาท สุพรรณบุรี นครสวรรค์ อุทัยธานี ปราจีนบุรี ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ (ดูภาพที่ 1)

การติดตั้งเครื่องมือวัดผล

อุปกรณ์ของเครื่องมือวัดผลโดยวิธีการวัดจากจำนวนผู้ชม (People Meters) ประกอบไปด้วย

1. เทปบันทึกพฤติกรรมชมโทรทัศน์ (Module)
2. อุปกรณ์แสดงเวลา (Meter)
3. อุปกรณ์ที่สมาชิกในครัวเรือนใช้ในการกดหมายเลขประจำตัว (Handset)

4. อุปกรณ์ในการรับสัญญาณความถี่ (Channel Detection)
5. อุปกรณ์แสดงหมายเลขของสมาชิก (People Meters)

อุปกรณ์ทั้งหมดนี้จะถูกติดตั้งกับเครื่องโทรศัพท์ในแต่ละครัวเรือน โดยในครัวเรือนหนึ่ง ๆ จะสามารถทำการติดตั้งอุปกรณ์การวัดผลกับโทรศัพท์ได้ไม่เกิน 4 เครื่อง และจะติดตั้งโดยใช้อุปกรณ์ 1 ชุด ต่อโทรศัพท์ 1 เครื่อง (ดูภาพที่ 2)

การทำงานของเครื่องมือวัดผล

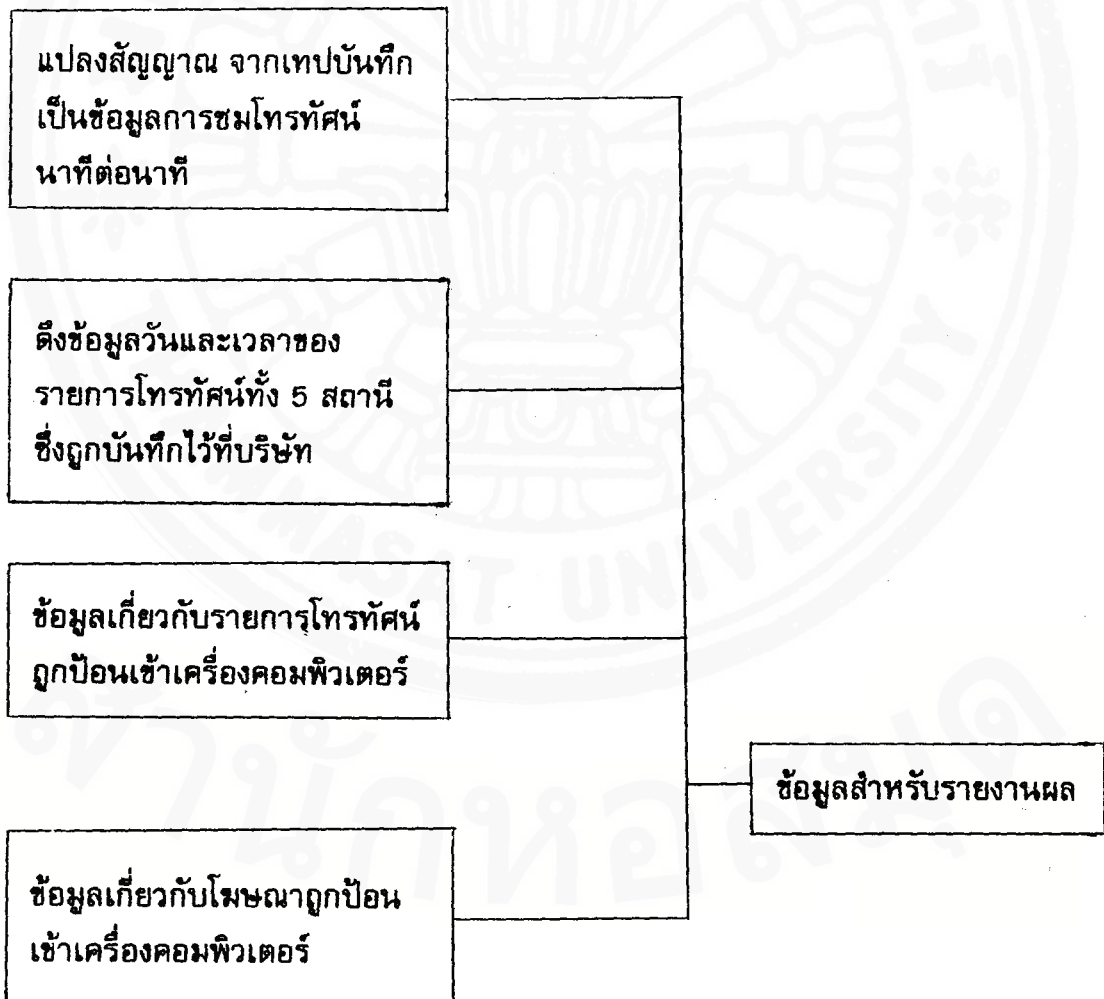
เมื่อได้ทำการติดตั้งอุปกรณ์ที่เครื่องรับโทรศัพท์ในครัวเรือนแล้ว จะต้องอาศัยความร่วมมือของสมาชิกในครัวเรือน ซึ่งสมาชิกแต่ละคนจะมีหมายเลขประจำตัว และจะต้องจดหมายเลขของตัวเองที่อุปกรณ์ Handset ซึ่งจะมีลักษณะคล้ายรีโมท คอนโทรล ทุกครั้งที่ชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งอุปกรณ์จะทำการวัดผลนาทีต่อนาที จึงทำให้วัดพฤติกรรมชมโฆษณาได้ด้วย

เทปบันทึกพฤติกรรมชมโทรทัศน์ จะใส่ไว้ในช่องด้านหลังของอุปกรณ์แสดงเวลา (Meter) เมื่อมีการเปิดสวิทช์เครื่องมือ อุปกรณ์ในการรับสัญญาณความถี่จะทำการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนช่องของสมาชิกซึ่งจะแบ่งแยกสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีตามความถี่ และจะแปลสัญญาณตามความถี่นั้น ๆ ว่า ขณะนั้นสมาชิกกำลังชมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สถานีใดอยู่ (3,5,7,9,11) ส่วนอุปกรณ์แสดงหมายเลขของสมาชิก (People Meters) จะทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมชม-ไม่ชมรายการโทรทัศน์ของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งจะแตกต่างกันไป จุดนี้จึงต้องอาศัยความร่วมมือของสมาชิกในการจดหมายเลขของตัวเอง เมื่อจะชมรายการโทรทัศน์ และกดปุ่มอีกครั้งเมื่อเลิกชม ข้อมูลทั้งหมดจะถูกบันทึกไว้ในเทปบันทึก (Module) และทางบริษัทจะทำการเก็บเทปบันทึกนี้ทุก ๆ สัปดาห์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ และนำไปใช้ในการวัดประสิทธิภาพของรายการโทรทัศน์ และโฆษณาต่อไป

กระบวนการรวบรวมข้อมูล

เมื่อทางบริษัท Deemar ได้เก็บรวบรวมเทปบันทึกพฤติกรรมการชมโทรทัศน์ (Module) จากทุก ๆ ครัวเรือนแล้ว สัญญาณจากเทปจะถูกแปลงเป็นข้อมูลการชมโทรทัศน์นาที่ต่อนาที่ จากนั้นจะทำการดึงข้อมูลวันและเวลาของรายการโทรทัศน์ทั้ง 5 สถานี ซึ่งได้ถูกบันทึกไว้ที่บริษัท ข้อมูลเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์และโฆษณาจะถูกป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ และข้อมูลทั้งหมดก็จะถูกรวบรวมเพื่อรายงานผล ซึ่งจะสรุปขั้นตอนได้ตามตารางต่อไปนี้

กระบวนการการรวบรวมข้อมูล



วิธี Telescope

Telescope เป็นระบบที่บริษัท Deemar ทำขึ้นเพื่อใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบนี้สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ขายรายการ และผู้ซื้อรายการ โดยผู้ขายรายการสามารถสอบถามความนิยมของผู้ชมในแต่ละรายการ ในทำนองเดียวกัน ผู้ซื้อรายการก็สามารถสอบถามผลของรายการที่ซื้อได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ผู้ขายรายการและผู้ซื้อรายการยังสามารถใช้ Telescope ในการวางแผนการขายและการซื้อ

วิธี Telescope นี้เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการวัดจากจำนวนผู้ชม (People Meters) มาทำการวิเคราะห์และประเมินผล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดชัดเจนยิ่งขึ้น

สำหรับการวัดความนิยมของผู้ชมรายการโทรทัศน์นั้น บริษัท Deemar ใช้วิธีการนับจำนวนผู้ชมเป็นนาทีต่อนาที ซึ่งจากการเก็บข้อมูลในลักษณะนี้ ทำให้สามารถคำนวณผู้ชมในแต่ละรายการได้หลายวิธี

- ใช้ค่าถ่วงเฉลี่ยของแต่ละนาที
- นับคนที่ดูรายการต่อเนื่องอย่างน้อย 1 นาที
- นับคนที่ดูรายการต่อเนื่องอย่างน้อย 5 นาที
- นับคนที่ดูรายการต่อเนื่องอย่างน้อย 15 นาที

ค่าที่ได้จากการนับคนที่ดูรายการต่อเนื่องอย่างน้อย 1 นาที จะเป็นค่าที่สูงสุด สำหรับบริษัทโฆษณาจะใช้ค่าถ่วงเฉลี่ยเป็นหลัก

วิธี Telescope จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้โดยละเอียด โดยจะแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังนี้

หมวดที่ 1 การวิเคราะห์จำนวนผู้ชมรายการ (Programme Analyses)

1. TV Top Programme by Name - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชม (Rating) ถ่วงเฉลี่ยตามชื่อรายการ นอกจากนี้ยังสามารถหาจำนวนผู้ชมของแต่ละรายการที่ออกอากาศในแต่ละวัน โดยจะมีค่าเฉลี่ยให้ด้วย รายการที่ออกมาจะสามารถจัดเรียงตามจำนวนผู้ชม หรือประสิทธิภาพในการซื้อก็ได้ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้เป็นผู้กำหนด ในกรณีที่ผู้ใช้

ไม่กำหนดลงไป คอมพิวเตอร์จะแสดงผลออกมาทุกรายการโดยเรียงตามวันและเวลาที่ออกอากาศ

2. Programme Tracking - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชม (Rating) และส่วนแบ่งผู้ชม (Share of Audiences) ของรายการ

3. Programme Profile - เพื่อวิเคราะห์ความนิยมของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่มีต่อรายการหนึ่งรายการใดโดยในรายการจะมีเปอร์เซ็นต์การเข้าถึงจำนวนผู้ชม (Reach)

4. TV Top Programme by Share - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชม (Rating) และส่วนแบ่งผู้ชม (Share of Audiences) โดยสามารถจัดเรียงตามวันและเวลา จัดเรียงตามจำนวนผู้ชม และตามประสิทธิภาพในการจัดซื้อ

หมวดที่ 2 การวิเคราะห์จำนวนผู้ชมตามช่วงเวลา (Audience Analyses)

1. Minute by Minute Analysis - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมในแต่ละนาที โดยสามารถวิเคราะห์ได้ครั้งละ 15 กลุ่มเป้าหมาย

2. Quarter Hour and Performance - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ทุก ๆ 15 นาที นอกจากนี้จะมีดัชนีเปรียบเทียบจำนวนผู้ชม

3. Quarter Hour Analysis - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมเฉลี่ยทุก ๆ 15 นาที

4. Channel Share by Daypart - เพื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งผู้ชมและจำนวนผู้ชมเฉลี่ย ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ครั้งละ 15 ช่วงเวลา

5. Channel Share by Audience - เพื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งผู้ชม และจำนวนผู้ชมเฉลี่ย ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ครั้งละ 15 กลุ่มเป้าหมาย

6. Audience Performance - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมเฉลี่ย และส่วนแบ่งของผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา

7. Ebb and Flow - เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการโทรทัศน์ของผู้ชม

8. X : Minute by Minute - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมเฉลี่ย โดยสามารถกำหนดช่วงเวลาที่ต้องการได้ ซึ่งต้องไม่เกิน 60 นาที

9. Station Migration - เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการโทรทัศน์ว่าในช่วงเวลาที่กำหนดนั้น ผู้ชมมีพฤติกรรมเปลี่ยนช่องอย่างไร

10. Duplicate Viewing - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมที่ชมรายการในช่วงเวลาที่กำหนดขึ้น ว่ามีกี่เปอร์เซ็นต์ที่เปลี่ยนไปดูช่องอื่น ๆ

หมวดที่ 3 การวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชม (Reach Analyses)

1. Reach and Frequency - เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชม (Reach) ตามแผนงานที่วางไว้
2. Channel Penetration - เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชม (Reach) และจำนวนชั่วโมงการดูโทรทัศน์เฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายที่ระบุซึ่งนั่งดูโทรทัศน์อยู่ในขณะนั้น
3. Cumulative Audience - เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชม (Reach) โดยสามารถกำหนดเวลาที่ผู้ชมนั่งดูโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ 1 นาทีขึ้นไป โดยกำหนดได้สูงสุด 60 นาที สามารถวิเคราะห์ได้สูงสุดครั้งละ 15 ช่วงเวลาต่อ 15 กลุ่มเป้าหมาย
4. Programme Reach & Frequency - เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชม (Reach) โดยการคำนวณจะใช้ขนาดตัวอย่างที่อยู่กึ่งกลางของช่วงเวลาที่กำหนดเป็นค่าน้ำหนักถ่วง
5. NBD Reach & Frequency - เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชม (Reach) โดยการคำนวณจะใช้ขนาดตัวอย่างที่อยู่กึ่งกลางของช่วงวันที่กำหนด และค่าเฉลี่ยของขนาดตัวอย่างเป็นค่าน้ำหนักถ่วง
6. TV Consumption - เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชม ส่วนแบ่งผู้ชม และค่าเฉลี่ยของเวลาเป็นนาทีที่ผู้ชมชมรายการในช่วงเวลาที่กำหนด

หมวดที่ 4 การวิเคราะห์จำนวนผู้ชมในช่วงพักโฆษณา (Break Analyses)

1. Commercial Break Listing - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมเฉลี่ยในแต่ละช่วงโฆษณา
2. Weekly Commercial Break Performance - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมโฆษณาเฉลี่ยในแต่ละ 15 นาทีของแต่ละสัปดาห์
3. Commercial Break Summary - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมโฆษณาเฉลี่ยในแต่ละ 15 นาทีของแต่ละวันของสัปดาห์
4. Performance by Programme - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมโฆษณาเฉลี่ยของแต่ละรายการ
5. Performance by Break - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชม โฆษณาเฉลี่ยในแต่ละช่วงโฆษณา

หมวดที่ 5 การวิเคราะห์คุณภาพของโฆษณาที่ออกอากาศในด้านของเสียง และความสมบูรณ์ของภาพ ตลอดจนวิเคราะห์หาโฆษณาที่ออกอากาศทั้งหมดในรายการต่าง ๆ และวันที่ที่พบโฆษณานั้นออกอากาศเป็นครั้งแรก (Transmission Analyses)

1. New Commercial Listing - เพื่อวิเคราะห์โฆษณาตัวใหม่ของ สินค้าที่ออกอากาศ
2. Fault Listing - เพื่อวิเคราะห์โฆษณาที่ออกอากาศไม่สมบูรณ์
3. Commercial Log - เพื่อวิเคราะห์โฆษณาที่ออกอากาศในแต่ละช่วงโฆษณาของแต่ละรายการและสามารถวิเคราะห์โฆษณาของสินค้าที่ออกในช่วงโฆษณาเดียวกัน

หมวดที่ 6 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งของจำนวนเงินที่ใช้ในการโฆษณา และส่วนแบ่งของจำนวนผู้ชมที่ได้จากโฆษณานั้น ๆ (Market Share Analyses)

1. Brand Product Performance (Share of Voice) - เพื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งของผู้ชมจำนวนเงินที่ใช้ของสินค้าที่กำหนด นอกจากนี้ยังมีดัชนี (Index) ซึ่งเกิดจากสัดส่วนของจำนวนผู้ชมที่ได้ของสินค้านั้น ๆ กับจำนวนผู้ชมของสินค้าทุกชนิดที่กำหนด เทียบกับสัดส่วนของจำนวนเงินที่ใช้ของสินค้านั้น ๆ กับจำนวนเงินทั้งหมดของสินค้าที่กำหนด ซึ่งดัชนีที่ดีควรจะสูง
2. Product Section Performance - เพื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งของผู้ชมของกลุ่มสินค้าที่กำหนด นอกจากนี้ยังมีดัชนี (Index) ซึ่งเกิดจากสัดส่วนของจำนวนผู้ชมที่ได้ของสินค้านั้น ๆ กับจำนวนผู้ชมของสินค้าทุกชนิดที่กำหนด เทียบกับสัดส่วนของจำนวนเงินที่ใช้ของสินค้านั้น ๆ กับจำนวนเงินทั้งหมดของสินค้าที่กำหนด ซึ่งดัชนีที่ดีควรจะสูง
3. Commercial Activity Summary - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชม จำนวนโฆษณาและจำนวนเงินของสินค้าที่กำหนด โดยสามารถกำหนดให้รายงานออกมาเป็น สัปดาห์ หรือเดือนโดยรายงานที่ได้จะเรียงตามสินค้า

หมวดที่ 7 การวิเคราะห์จำนวนผู้ชมโฆษณาของสินค้า (Campaign Post Analyses)

1. Brand Spot Listing and Rating - เพื่อวิเคราะห์จำนวนโฆษณา จำนวนเงินและจำนวนผู้ชมของสินค้าที่ระบุซึ่งออกอากาศในรายการต่าง ๆ
2. Adex Reach and Frequency - เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชมของสินค้าที่โฆษณา โดยสามารถระบุได้ถึง 26 สัปดาห์

3. Performance by Duration - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมและจำนวนเงิน ตามความยาวเป็นวินาทีของโฆษณาที่ใช้

4. Brand and Product : Rating and Index - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชมและดัชนี (Index) เปรียบเทียบกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

5. Brand and Product Ranking - เพื่อวิเคราะห์จำนวนผู้ชม และต้นทุนต่อผู้ชม 1 เพอร์เซ็นต์โดยสามารถจัดเรียงตามจำนวนผู้ชม หรือเรียงตามต้นทุนต่อผู้ชม 1 เพอร์เซ็นต์ของสินค้าที่กำหนด

6. Listing and Rating Summary - เพื่อวิเคราะห์ยอดรวมของจำนวนผู้ชม จำนวนเงินของสินค้าที่กำหนดโดยสามารถวิเคราะห์ตามประเภทของรายการ เวลา และสถานีตามที่ต้องการ

7. NBD : Adex Reach & Frequency - เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงผู้ชมของสินค้าที่โฆษณาโดยจะแสดงผลลัพธ์ของจำนวนผู้ชมโดยรวมที่ปรากฏอยู่ในรายงานของ Listing and Rating Summary

นอกจากนี้วิธี Telescope ยังมีการจำแนกสินค้าทั้งหมดออกเป็น 29 หมวด (Sections) เพื่อความสะดวกในการค้นคว้าหาข้อมูลสินค้าในแต่ละประเภท ดังต่อไปนี้

1. อาหาร (Foodstuffs)
2. อาหารสัตว์เลี้ยงและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง (Pet Foods & Products)
3. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (Alcoholic Beverages)
4. เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-Alcoholic Beverages)
5. เครื่องสุขภัณฑ์ (Toiletries)
6. ยา (Pharmaceuticals)
7. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับปากและฟัน (Oral Products)
8. ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม (Hair Preparations)
9. อุปกรณ์ทำความสะอาดบ้าน (Household Cleaner Products)
10. อุปกรณ์ภายในบ้านและตกแต่งบ้าน (Household Equipments & Furnishings)
11. รถยนต์ (Motor Vehicles)
12. รถจักรยานยนต์ และรถจักรยาน (Motor Cycles & Bicycles)
13. บริการรถเช่าและจัดจำหน่ายรถยนต์ (Vehicles Dealers & Rentals)
14. อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ (Vehicles Accessories)
15. น้ำมัน (Petrol and Oil)
16. อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า (Electrical Products)
17. เสื้อผ้าและรองเท้า (Clothing & Footwears)

18. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาคารและเครื่องใช้จักรกล (Building & Machinery)

19. สถาบันการเงิน (Financial Institutions)

20. บริการท่องเที่ยว (Travel & Tours)

21. การพักผ่อน (Leisure)

22. ของใช้ส่วนตัว (Personal Products)

23. บริการสื่อสาร (Communications)

24. เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computers)

25. อุปกรณ์สำนักงาน (Office/Business Equipments)

26. อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)

27. ร้านค้าปลีกและภัตตาคาร (Retail Stores & Restaurants)

28. เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด (Sundries)

29. อื่นๆ (No Cost)

ในแต่ละหมวด (Section) จะแยกเป็น ประเภท (Categories)

ในแต่ละประเภท (Category) จะแยกเป็น ชื่อสินค้า (Products)

ในแต่ละสินค้า (Product) จะแยกเป็น โฆษณาแต่ละตัว (Audio)

ตัวอย่าง

SECTION	CATEGORY	PRODUCT	AUDIO
SECTION ผลิตภัณฑ์ บำรุงเส้นผม	CATEGORY แชมพู	PRODUCT แชมพู รีจอยส์	นี่ไม่ใช่โฆษณาชวนเชื่อ ทั้งแชมพูทั้งครีมนวด ไม่จริงค่ะ ทำไมต้อง ความสวยกับความ ผู้ชายนี้ครับก็ต้อง แชมพูกับครีมนวด 2 คู่

วิธี Telescope มีการแบ่งกลุ่มรายการโทรทัศน์ออกเป็น 13 ประเภท เพื่อให้มีความชัดเจนและง่ายต่อการรวบรวมและรายงานข้อมูล ดังต่อไปนี้

001FFTHAI	FEATURE FILM - THAI	} ภาพยนตร์เรื่องยาว
002FFCHIN	FEATURE FILM - CHINESE	
003FFJAPA	FEATURE FILM - JAPANESE	
004FFINDI	FEATURE FILM - INDIAN	
005FFFARA	FEATURE FILM - FARANG	
006FFINDO	FEATURE FILM - INDONESIA	
010DLTHAI	DRAMA SERIAL - THAI	} ละครต่อเนื่อง
011DLCHIN	DRAMA SERIAL - CHINESE	
012DLJAPA	DRAMA SERIAL - JAPANESE	
013DLINDI	DRAMA SERIAL - INDIAN	
014DLFARN	DRAMA SERIAL - FARANG	
020DSTHAI	DRAMA SERIES - THAI	} ละครจบในตอน (ละครสั้น)
021DSCHIN	DRAMA SERIES - CHINESE	
023DSJAPA	DRAMA SERIES - JAPANESE	
024DSINDI	DRAMA SERIES - INDIAN	
025DSFARA	DRAMA SERIES - FARANG	
030MSTHAI	MINI SERIES - THAI	} ภาพยนตร์ตัดเป็นตอน
031MSCHIN	MINI SERIES - CHINESE	
032MSJAPA	MINI SERIES - JAPANESE	
033MSINDI	MINI SERIES - INDIAN	
034MSFARA	MINI SERIES - FARANG	
040NEWMAI	NEWS - MAIN NEWS	} ข่าว
041NEWOTH	NEWS - OTHER NEWS	

050CAFNEW	CURRENT AFFAIRS - NEWS COMMENTARY	} รายการ เกี่ยวกับ รัฐบาล
051CAFDIS	CURRENT AFFAIRS - DISCUSS OF NATION PROBLEM	
052CAFINT	CURRENT AFFAIRS - INTERVIEW V.I.P.	
053CAFSPE	CURRENT AFFAIRS - SPEECH OF V.I.P.	
054CAFOCC	CURRENT AFFAIRS - SPECIAL OCCASION	
055CAFGOV	CURRENT AFFAIRS - GOVERNMENT ANNOUNCEMENT	
060DOCEDU	DOCUMENTARY - EDUCATION	} สารคดี
061DOCCOK	DOCUMENTARY - COOKERY	
062DOCTRA	DOCUMENTARY - TRAVEL	
063DOCHEA	DOCUMENTARY - HEALTH	
064DOCFAM	DOCUMENTARY - FAMILY/LIFE/HH.ENVIRONMENT	
065DOCAGR	DOCUMENTARY - AGRICULTURE/GARDENING	
066DOCWIL	DOCUMENTARY - WILD LIFE	
067DOCOCO	DOCUMENTARY - ECONOMICS/OCCUPATION/FINANCE	
068DOCOUT	DOCUMENTARY - OUTSTANDING PERSON	
069DOCCUL	DOCUMENTARY - THAI CULTURE/TRADITION/FINANCE	
070DOCSPE	DOCUMENTARY - SPECIAL OCCASION	
071DOCGEN	DOCUMENTARY - GENERAL	
090LEQUIZ	LIGHT ENTERTAIN - QUIZ/DEBATE	} รายการบันเทิง
091LEGAME	LIGHT ENTERTAIN - GAME SHOW	
092LEREAL	LIGHT ENTERTAIN - REAL LIFE SITUATION	
093LEBEAU	LIGHT ENTERTAIN - BEAUTY COMPETITION	
094LEVARI	LIGHT ENTERTAIN - VARIETY	
095LETALE	LIGHT ENTERTAIN - TALENT CONTEST	
096LEFASH	LIGHT ENTERTAIN - FASHION & BEAUTY SHOW	
097LEDANC	LIGHT ENTERTAIN - DANCING	
110MTHAI	MUSIC - THAI	} เพลง
111MUFARA	MUSIC - FARANG	
112MUMIXD	MUSIC - MIXED STYLES	

120CHCART	CHILDREN - CARTOON	} รายการเด็ก
121CHGAME	CHILDREN - QUIZ/GAME SHOW	
122CHTALE	CHILDREN - TALENT/PERFORMANCE SHOW	
123CHDOCU	CHILDREN - DOCUMENTARY	
124CHNEWS	CHILDREN - NEWS/SHOW FOR CHILDREN	

130SPTBOX	SPORTS - THAI BOXING	} กีฬา
131SPFBOX	SPORTS - FARANG BOXING	
132SPSOCC	SPORTS - SOCCER/FOOTBALL	
133SPAMFO	SPORTS - AMERICAN FOOTBALL	
134SPTENN	SPORTS - TENNIS	
135SPGOLF	SPORTS - GOKF	
136SPATHL	SPORTS - ATHLETICS	
137SPSPEC	SPORTS - SPECIAL EVENTS	
139SPWRES	SPORTS - WRESTLING	
140SPRUGB	SPORTS - RUGBY	
141SPSNOO	SPORTS - SNOOKER	
142SPBASK	SPORTS - BASKETBALL	
143SPBADM	SPORTS - BADMINTON	
144SPTABL	SPORTS - TABLE TENNIS	
145SPVOLL	SPORTS - BOLLEYBALL	
146SPSWIM	SPORTS - SWIMMING	
147SPGENE	SPORTS - GENERAL	
148SPSKAT	SPORTS - SKATING	
149SPBOAT	SPORTS - LONG BOAT RACING	
150SPBLON	SPORTS - BALLOON	

170RELSER	RELIGION - SERMON	} ศาสนา
171RELSPE	RELIGION - SPECIAL DAY	
172RELEDU	RELIGION - EDUCATION	
173RELGEN	RELIGION - GENERAL	

225UNKNOW NUKNOWN TYPE รายการที่ไม่สามารถจัดกลุ่มได้

จากรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการวัดผลจากจำนวนผู้ชม (People Meters) ในประเทศไทย ที่บริษัท Deemar ใช้อยู่ในปัจจุบัน จะสรุปได้ว่ามีจุดเด่นหรือข้อดี คือ ให้ผลการรายงานรวดเร็ว และได้ข้อมูลที่ละเอียด เพราะสามารถวัดพฤติกรรมกรรมการชมโทรทัศน์ของผู้ชม (Audiences) ได้เป็นหน้าที่ต่อหน้าที่จึงวัดพฤติกรรมการชมโฆษณาได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อดีตรงที่ไม่ต้องอาศัยความจำ คือ ผู้ชมไม่จำเป็นต้องจดจำว่าตนเองดูรายการอะไร วันใด เวลาใด เพียงแต่ให้ความร่วมมือในการกดปุ่มหมายเลขประจำตัวพฤติกรรมกรรมการชมโทรทัศน์ทั้งหมดจะถูกบันทึกในเทป (Module) ทันที

อย่างไรก็ตาม วิธีการวัดจากจำนวนผู้ชม (People Meters) ก็มีจุดด้อยหรือข้อเสียอยู่ 2 ประการคือ สิ้นเปลืองเวลาในการเก็บเทป และเครื่องมือนี้มีราคาแพง แต่กล่าวโดยรวม วิธีนี้ให้ประโยชน์มากกว่าโทษ เพราะทำให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดชัดเจนและแม่นยำ

นอกจากนั้น เรายังสามารถได้ข้อมูลที่ละเอียด เจาะลึกมากขึ้นไปอีกเมื่อมีการใช้วิธี Telescope เพราะเป็นวิธีที่นำเอาผลของการวัดจากจำนวนผู้ชม (People Meters) มาวิเคราะห์และประเมินผลตามโปรแกรมที่แบ่งเป็น 6 หมวด ตามที่ได้กล่าวมา