

# เดินหน้าผลิตรายการเพิ่มเท่าตัว ทีวีอินเตอร์เทงบ 700 ล้านป็นคอนเทนต์ / สตูดิโอใหม่

“ทีวีอินเตอร์” เดินหน้ารุกหนัก เทงบ 700 ล้าน ผลิตคอนเทนต์-ขยายสตูดิโอใหม่ รองรับผู้ผลิตหลังพบรายการใหม่โตก้าวกระโดดจาก 800-900 รายการพุ่งพรวดเป็น 3 พันรายการ พร้อมเดินหน้าผลิตรายการเองเพิ่มเท่าตัว ป้อนพันธมิตรช่องต่างๆ มั่นใจสิ้นปีกำไรรายได้โต 20%

นางภัทรภร วรรณภิญโญ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวีอินเตอร์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยกับ “ฐานเศรษฐกิจ” ว่า ปีนี้บริษัทเตรียมใช้งบลงทุนราว 700 ล้านบาท แบ่งเป็นงบสำหรับผลิตคอนเทนต์ 400 ล้านบาท และสตูดิโอแห่งใหม่ 300 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นโอกาสการเติบโตของตลาดคอนเทนต์ที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทั้งในรูปแบบการผลิตเองและการซื้อฟอร์มแมตรายการจากต่างประเทศ

สำหรับสตูดิโอแห่งใหม่ขณะนี้กำลังอยู่ในระหว่างการดำเนินการก่อสร้างซึ่ง

ประกอบไปด้วย 3 สตูดิโอ ตั้งอยู่บริเวณสุขาภิบาล 3 คาดว่าจะแล้วเสร็จในช่วงปลายเดือนกรกฎาคมนี้ ทั้งนี้บริษัทมองว่าการขยายสตูดิโอเพิ่มเป็นการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายที่บริษัทต้องไปเช่าสตูดิโอที่อื่นเพื่อผลิตคอนเทนต์ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นสตูดิโอแห่งใหม่นั้นนอกจากจะช่วยให้เพียงพอต่อจำนวนการผลิตของทีวีอินเตอร์แล้ว ยังเป็นการเพิ่มช่องทางรายได้ใหม่โดยเปิดให้คนนอกที่สนใจถ่ายทำรายการมาเช่าสตูดิโอที่นั่นได้ อีกทั้งบริษัทมองว่าปัจจุบันตลาดคอนเทนต์ในประเทศไทยยังขาดสตูดิโอให้เช่าอีกจำนวนมาก

“ตลาดคอนเทนต์โพรไวเดอร์ยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก สังเกตได้จากตลาดที่มีการผลิตรายการที่เพิ่ม จากเดิม 2-3

ปีก่อนมีรายการหรือคอนเทนต์อยู่ในตลาดเพียงแค่ 800-900 รายการ ปัจจุบันกระโดดเพิ่มเป็น 3 พันรายการ หลังจากที่เริ่มมีทีวีดิจิทัลเกิดขึ้นความต้องการคอนเทนต์ก็เพิ่มขึ้นตาม และบริษัทเชื่อว่าธุรกิจคอนเทนต์โพรไวเดอร์เป็นธุรกิจที่มีทิศทางเติบโตที่ดี และมีความต้องการต่อเนื่อง โดยปัจจุบันบริษัทมี

สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ 2 สตูดิโอ บริเวณทาวเวอร์อินทาวน์ ซึ่งหากนับรวมแห่งใหม่ก็จะส่งผลให้มีสตูดิโอเพิ่มขึ้นเป็น 5 แห่ง

ทำให้เชื่อมั่นว่าจะรองรับการผลิตคอนเทนต์ที่มากขึ้นในอนาคตได้”

นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นการผลิตคอนเทนต์เพิ่มขึ้นจากเดิมที่ผลิตคอนเทนต์ปีละประมาณ 10 รายการ แต่ในปีบริษัทได้จับมือกับสถานีโทรทัศน์ช่องใหม่ๆ มากขึ้น อาทิ ช่อง 9, ช่อง 5, ทูโฟร์ยู และช่องพีพีทีวี เป็นต้น เพื่อป้อนรายการเข้าสถานี ดังนั้นในปีบริษัทจึงต้องผลิตรายการเพิ่มขึ้นเป็น 18-20 รายการต่อปี ซึ่งสัดส่วนการผลิตคอนเทนต์ของทีวีอินเตอร์ บริษัทยังให้



• ภัทรภร วรรณภิญโญ

ความสำคัญกับการผลิตรายการรูปแบบ  
โล้คัลกว่า 60% และ 40% คือรูปแบบ  
ฟอร์แมทรายการจากต่างประเทศ ทั้งนี้  
บริษัทเชื่อว่าจากการขยายสตูดิโอและ  
เพิ่มจำนวนการผลิตรายการจะช่วย  
ให้บริษัทมีรายได้เติบโตขึ้นปี  
นี้กว่า 20% หรือคิดเป็น  
ตัวเงินประมาณ 620-650  
ล้านบาทจากเดิมปี  
ก่อนมีรายได้ราว 500  
ล้านบาท

ขณะเดียวกันบริษัท ยังได้ร่วมกับ  
Line TV และ AIS PlayBox ขยาย  
คอนเทนต์สู่ช่องทางออนไลน์เพื่อ  
ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้ชมในยุค  
ปัจจุบันที่หันไปชมคอนเทนต์  
ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น  
โดยร่วมกับ Line TV ผลิตรายการ  
รูปแบบใหม่ Take Guy Out Thailand  
ซึ่งเป็นรายการที่ผลิตในประเทศไทย  
เป็นที่แรกของโลกและเปิดกว้าง  
ให้กับทุกเพศ โดยสอดคล้องกับ  
ความตั้งใจของ LINE TV ที่  
ต้องการคอนเทนต์หลากหลาย  
และคอนเทนต์เอ็กซ์คลูซีฟ

สำหรับการประกอบธุรกิจผลิตรายการ  
โทรทัศน์ของทีวีอินเทอร์เน็ต แบ่งเป็น  
4 ประเภท ได้แก่ 1.ธุรกิจโฆษณา  
ซึ่งเกิดจากการผลิตรายการโทรทัศน์ 2.ธุรกิจให้

บริการซึ่งเกิดจากการรับจ้างผลิตรายการ  
การจัดกิจกรรม 3.ธุรกิจบริหารศิลปิน  
และ 4.ผลิตรายการเพื่อสังคม (CSR)  
และขายสื่อโฆษณา ซึ่งรายได้หลัก  
ปัจจุบันมาจากค่าโฆษณาส่วนใหญ่

ด้านผลประกอบการของบริษัท ปี  
2558 บริษัทมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 50.25  
ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.44 ล้านบาท  
หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้น 141.47% เมื่อเทียบกับ  
ผลประกอบการปี 2557 ที่มีกำไรสุทธิอยู่ที่  
20.81 ล้านบาท ซึ่งการเติบโตของกำไร  
และรายได้เกิดจากการขยายฐานการ  
รับจ้างผลิตรายการเพื่อออกอากาศทาง  
ช่องทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผล  
ให้มียาได้จากกำไรสุทธิผลิตรายการ  
189.95 ล้านบาท เติบโตขึ้น 76.45% และ  
มียาได้จากกำไรสุทธิโฆษณา 334.22  
ล้านบาท เติบโตขึ้น 3.81%