

'ทีวีอินเทอร์เน็ต' สู้ศึกดิจิทัล งดคอนเทนต์คุณภาพด้านเรตติ้ง > 16

'ทีวีอินเทอร์เน็ต' สู้ศึกดิจิทัล งดคอนเทนต์คุณภาพด้านเรตติ้ง



ติดตามชมรายการ Corporate Insight
ออกอากาศ ทุกวันอังคาร 13.00-13.30 น.
ทางช่อง NOW26

- **อลิษา เริ่มรู้**
[twitter@NANA_NOW26](https://twitter.com/NANA_NOW26)
[facebook@NOW26CorporateInsight](https://facebook.com/NOW26CorporateInsight)

ย คทีวีดิจิทัลเรียงรายในหน้าจอกว่า 20 ช่อง ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือก มีอำนาจที่จะสามารถเลือกชมรายการที่ตรงกับกระแสหรือความชื่นชอบของตนเองได้ ต่างจากในอดีตที่ผู้บริโภคถูกจำกัดความสนใจเพียงแค่ 5-6 ช่อง

อย่างไรก็ตาม ยุคทีวีดิจิทัลกลับกลายเป็นปัญหาหนักอกของสถานีทุกช่องที่ต้องผลิตคอนเทนต์ให้โดนใจ เข้ากระแส เพื่อเรียกเรตติ้งจากเอเยนซีโฆษณาต่างๆ ดังนั้นถ้าคอนเทนต์ใครไม่เปรี้ยงไม่ปังพอ ก็มีสิทธิ์ถูกถอนออกจากผังรายการได้เร็วขึ้น
ดังนั้นการเป็นคอนเทนต์ โพรไวเดอร์ในยุคนี้จึงไม่ง่าย **"พริษฐ์ เย็นสุดใจ"** รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวี อินเทอร์เน็ต จำกัด(มหาชน) TVT หนึ่งในผู้ผลิตรายการที่จับทิศทางตลาดทีวีมานาน 23 ปี ยืนยันว่า ไม่ใช่โจทย์ยากที่จะทำคอนเทนต์ที่ดี และโกยเรตติ้งไปพร้อมกัน เพราะจุดสำคัญอยู่ที่การทำคอนเทนต์ เหมือนการปรุงอาหารที่เชฟต้องมิกซ์ส่วนผสมส่วน



ผสมอะไรเข้ากันหรือไม่เข้ากัน ทำออกมาแล้ว หน้าตาจะน่ากินแค่ไหน

ปกติธรรมชาติของคนไทย จับจุดได้ ไม่ยากเพราะคนไทย ชอบตลก ชอบฟิลลิ่งดี ดังนั้นรายการก็ต้องตอบโจทย์ ทำให้ดูได้ง่าย ไม่ซับซ้อน เรียกรอยยิ้มได้ อันนี้ถือว่า ถูกจริต

นอกจากจะเรียกกระแสหรือเรทติ้งจาก คนชมแล้ว ก็ต้องเรียกโฆษณาได้ด้วย จึงจะ ถือว่าประสบความสำเร็จ ซึ่งตรงนี้ขึ้นอยู่กับ การทำการตลาดบนหน้าจอว่าจะทำอย่างไร ให้รายการออกมาดี ออกมาสนุก หลายครั้งที่ รายการไม่ดี ทำการตลาดดีแค่ไหน ก็ไม่

การทำคอนเทนต์ เหมือนปรุงอาหาร เชฟต้องมีกิน รู้ว่าส่วนผสม อะไรที่เข้ากัน

» พิธีกร เย็นสุดใจ

สามารถแจ้งเกิดได้ แต่ถ้าสินค้าดีก็ทำให้รายได้ ออกมาดีไปด้วย

“รายได้จากโฆษณาไม่ว่าอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับเรตติ้งของรายการ หรือละครนั้นๆ ที่ผ่านมา TVT มีรายการเรทติ้งดี ช่องที่มีฐาน คนดูจำนวนมาก ส่งผลต่อเม็ดเงินโฆษณา ดีไปด้วย ดังนั้นจุดสำคัญต้องทำรายการให้ ออกมาให้ดี ถูกใจคนดู ก่อนเพื่อเรียกเรทติ้ง และได้ดึงดูดเม็ดเงินโฆษณา”



กรณีรายการที่เป็นลิขสิทธิ์จาก ต่างประเทศเอามาฉายในไทย ต้องรู้วิธีปรับปรุง ให้ถูกปากคนไทย ซึ่งมาจากประสบการณ์ ที่รู้ว่าอันนี้ถูกจริตคน อยู่ในกระแสที่คนในใจ อย่างรายการประเภทประกวดร้องเพลง บางคนมองว่าเอาท์แล้วทั้งที่รายการแบบนี้ อยู่คู่กับคนไทยมานาน 20-30 ปีแล้ว เพียงแต่ เอามาปรุงแต่งให้แตกต่างออกไป มีการเพิ่ม แก้อัปเดตนวัตกรรมบางอย่าง ให้รายการมีสีสัน คัดผู้เข้าประกวดเข้าบ้านไปรวมตัวกัน แต่รูปแบบหลักๆ คือการประกวดร้องเพลง เหมือนเดิม ดังนั้นรายการพวกนี้มองว่าไม่เอาท์ จากคนไทยแน่

แม้แต่รายการ Take Me Out เป็น ไปตามทีบอกไว้ เพราะมีการบอกปากต่อ ปากทำให้เรทติ้งโตเรื่อยๆ ตั้งแต่เทปแรกจน สามารถครองอันดับ 1 ในช่วงวันเสาร์เวลา บ่ายโมง รายการกลุ่มนี้จะมีราคาแพงเพราะ มีต้นทุนในการผลิตที่สูงตั้งแต่ 200-1000% อยู่ที่การเลือก

ทุกวันนี้ทีวี อินเทอร์เน็ต ต้องแข่งขันกับ รายเดิมๆ และรายใหม่ๆ ผลิตรายการ

แต่ไม่ได้นำกลับหรือลำบากเลยเพราะอยู่ บนคุณภาพ บนฝีมือที่ได้รับความนิยมไว้วางใจ และนั่นทำให้บริษัทเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของสถานี ดังนั้นยิ่งช่องเยอะเท่าไรยิ่งเป็น ผลดีกับบริษัท ลูกค้าเยอะ มีงานมากขึ้น แม้จะมีคู่แข่งแต่ยังเป็นรายเล็ก ที่ต้องดูที่ คุณภาพและมีฝีมือมากกว่า

ปัจจุบันบริษัทมีทั้งผลิตรายการเอง และผลิตป้อนให้กับสถานี มีทั้งวาไรตี้ เกมโชว์ ทอล์คโชว์ และละคร โดยรายได้หลัก มาจากโฆษณา 65-70% และรายได้ที่เหลือมา จากการรับจ้างผลิต

ช่วงปีที่ผ่านมาเม็ดเงินโฆษณาได้รับ ผลกระทบจากเศรษฐกิจลดลงไป 4-5% ภาพรวมรายได้ลดลงหมด แต่บริษัทยังโต ส่วนทาง 20-25% ในปี 2558 เนื่องจากรายการ ของบริษัทที่ขายโฆษณาได้อยู่ในช่องที่มีเรทติ้ง ดี (ช่อง 3) ผลกระทบที่เข้ามาจึงน้อยเมื่อเทียบ รายอื่น ส่วนสถานการณ์ปีนี้ แม้ยังไม่เห็น เต็มตัวแต่จะเห็นว่าภาครัฐกระตุ้นเศรษฐกิจดี กว่าปีก่อน ยังมองว่ารายได้ TVT โต 15-20% นั้นหมายถึง เม็ดเงินโฆษณาโตตามไปด้วย เพราะโดยเฉลี่ยเม็ดเงินโฆษณาจะเติบโต 1.5-2 เท่าของจีดีพี หากมองจีดีพี 3-3.5% เม็ดเงินจะโต 7%

ดังนั้นบริษัทต้องเตรียมเงินลงทุนไว้ ก่อนข้างสูง มีการเพิ่มรายการใหม่ 11 รายการ ลงทุน 200 กว่าล้านบาท มีทั้งรายการที่ผลิต ให้กับช่อง ทั้งละครเป็นซีรีส์ 2-3 เรื่อง วาไรตี้ เกมโชว์ ทอล์คโชว์

รายการต่างประเทศใหม่ที่เข้ามา เรียกว่าสร้างเสียงฮือฮา แน่นนอน มีการลงทุน ถ่ายรายการใหม่ที่สูงมากที่สุดของบริษัท พอจะบอกได้เล็กๆ ว่าเป็น เรียลลิตี้ ประกวด ร้องเพลง คอนเสิร์ตค้นหาบอยแบนด์ ก็ต้อง ติดตามดูให้ดี และยังมีการสร้างสตูดิโอใหม่ คาดว่าจะเสร็จเมษายนมูลค่า 300 กว่าล้านบาท เป็นเม็ดเงินจากการระดมทุนเข้าตลาดหุ้น

“เศรษฐกิจดีขึ้นมีความเป็นไปได้ที่จะ ขึ้นอัตราค่าโฆษณา และด้วยช่องออนไลน์ เดิมยังเป็นช่องที่ได้รับความนิยมจากคนดู จำนวนมาก เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของ เอเชีย ดังนั้นหากเม็ดเงินโฆษณามากขึ้น แต่หน้าที่โฆษณามีเท่าเดิมเป็นปกติที่ปรับ ราคา 3-5%”

ที่สำคัญ TVT เตรียมจะก้าวไปในธุรกิจ โปรดักส์ชั่นเฮาส์ เพื่อรับงานที่หลากหลายขึ้น ซึ่งอาจมีทั้งพันธมิตรและการซื้อกิจการเข้ามา ในปีนี้ เพราะไม่ได้มองแค่ตลาดไทยเท่านั้น ยังมีโอกาสในตลาดอาเซียนให้เข้าไปอีกมาก