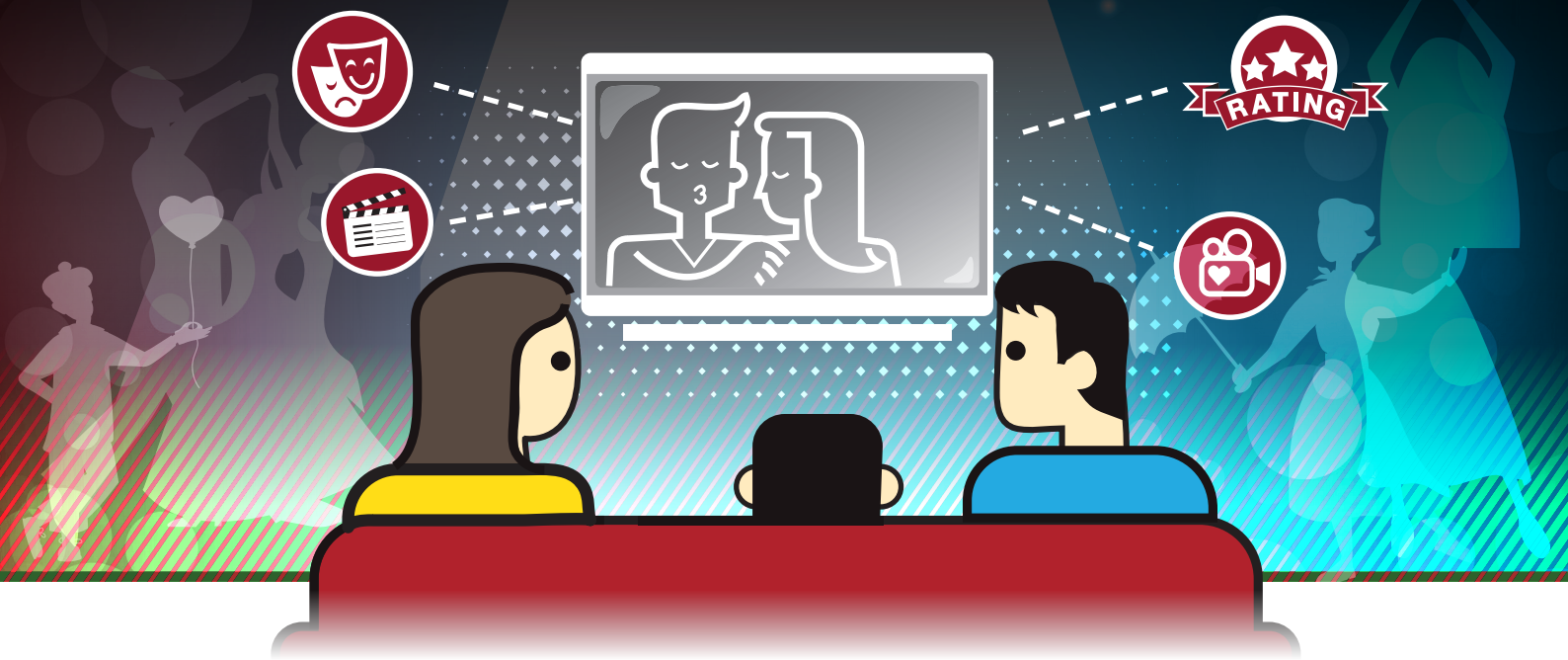


“ละครไทย”

ตอบโจทย์เรตติ้งโทรทัศน์ดิจิทัล



คอนเทนต์ที่ถ่ายทอดผ่านโทรทัศน์สะท้อนให้เห็นถึงสภาพสังคม วัฒนธรรม การเมือง การปกครอง และความเป็นอยู่ของผู้คนในแต่ละยุคสมัย รายการทางโทรทัศน์ของไทยเองก็ได้พัฒนาและก้าวไปตามทิศทางของการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งนับจากยุคแอนะล็อกจนถึงดิจิทัล เทคโนโลยีได้ก้าวเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาช่องทางการรับชมเนื้อหารายการ จนทำให้ผู้ชมสามารถรับชมคอนเทนต์ได้ในหลากหลายช่องทาง

ไม่ว่าจะรับชมคอนเทนต์ผ่านทางช่องทางใดก็ตาม รูปแบบคอนเทนต์ที่น่าสนใจแล้วเข้าถึงจิตใจ อารมณ์ และสามารถสื่อสารกับผู้ชมได้มากที่สุดตลอดมา คือ “กลุ่มคอนเทนต์ประเภทละคร ซิตคอม หรือซีรีส์”

เนื่องจากในปัจจุบันที่ผู้ชมมีทางเลือกการรับชมคอนเทนต์ที่หลากหลาย ได้ส่งผลให้สถานการณ์การแข่งขันในการผลิตคอนเทนต์กลุ่มละครของไทยรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการไม่เพียงแต่จะต้องแข่งขันกันเองภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังต้องแข่งขันกับคอนเทนต์จากต่างประเทศที่หลั่งไหลเข้ามาเป็นทางเลือกมากมาย ซึ่งมีผู้ชมจำนวนมากไม่น้อยที่หันไปรับชมคอนเทนต์ต่างประเทศมากขึ้น โดยคอนเทนต์เหล่านี้ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการรับชม

ในวงการโทรทัศน์ดิจิทัลของไทย หลายช่องโทรทัศน์ดิจิทัลได้ลงทุนจ่ายค่าลิขสิทธิ์คอนเทนต์ต่างประเทศที่ได้รับความนิยมสูงในต่างประเทศ เพื่อนำมาออกอากาศในผังรายการ แต่ก็พบว่าความนิยมของรายการเหล่านี้ไม่สูงนักในกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งปัจจัยหลักมีสาเหตุจากการที่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายส่วนใหญ่เคยรับชมคอนเทนต์เหล่านี้แล้วจากช่องทางออนไลน์ ทั้งการรับชมสดพร้อมกับการออกอากาศจากประเทศต้นทาง หรือในรูปแบบรายการวีรัน รวมถึงการรับชมตามความต้องการ (On Demand)

ถึงแม้ว่าคอนเทนต์ต่างประเทศในโทรทัศน์ดิจิทัลจะสามารถสร้างแรงบันดาลใจและความแปลกใหม่ให้กับผู้ชมจนได้รับความนิยมและสามารถสร้างกระแสให้เป็นที่พูดถึงได้ แต่อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาข้อมูลเรตติ้งทางโทรทัศน์ดิจิทัลแล้วพบว่า คอนเทนต์ที่ยังครองใจผู้ชมไทยได้มากที่สุด ยังคงเป็นละครไทยอยู่นั่นเอง

รายการที่ออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ดิจิทัล ที่มีเรตติ้งเฉลี่ยสูงสุดในช่วง ปี 2557 -2564

ปี	ช่อง	รายการ	เรตติ้งเฉลี่ย
2557		 สุสานคนเป็น	12.547
2558		 นางชฎา	11.286
2559		 นาคี	10.902
2560		 นายฮ้อยทมิฬ	8.015
2561		 บุพเพสันนิวาส	13.384
2562		 ผู้บ่าวอินดี้ ยาหยังอินเตอร์	8.538
2563		 ร้อยป่า	8.061
2564		 ทางเสือผ่าน	5.651

ที่มา: AGB Nielsen Media Research




จากข้อมูลเรตติ้งข้างต้นพบว่า “ละคร” เป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดในทุกๆ ปีของยุคโทรทัศน์ดิจิทัล แม้ว่าในช่วงปี 2559 ต่อเนื่องไปยังปี 2560 มีรายการวาไรตี้เกมโชว์อย่างรายการ “หน้ากากนักร้อง The Mask Singer ซีซั่น 1”¹ ออกอากาศทางช่องเวิร์คพอยท์ทีวี ที่สร้างประวัติศาสตร์เป็นรายการวาไรตี้เกมโชว์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล แต่ก็ยังไม่สามารถทำเรตติ้งตลอดทั้งซีซั่นได้สูงกว่าละครไทยอย่างเรื่อง “นาคี” ที่ออกอากาศในปี 2559 และ “นายฮ้อยทมิฬ” ที่ออกอากาศในปี 2560 ได้

เมื่อวงการโทรทัศน์ดิจิทัลมีแหล่งรายได้หลักจากการโฆษณา และเมื่อพิจารณาข้อมูลมูลค่าโฆษณาในสื่อของประเทศไทย จากการเก็บข้อมูลของบริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า โฆษณาในช่องทางสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลยังคงมีมูลค่าสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับทุกสื่อ อีกทั้งเมื่อเรตติ้งรายการเป็นตัวการันตียอดผู้ชม รายการประเภทละคร ซึ่งเป็นรายการที่เป็นที่คุ้นเคยกับรสนิยมผู้ชมไทย และสามารถทำเรตติ้งได้สูงอย่างต่อเนื่อง จึงกลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของบรรดาช่องโทรทัศน์ดิจิทัลในการจัดเนื้อหาละครลงในผังรายการ นอกจากนี้ เนื้อหารายการประเภทละครที่แต่ละช่องผลิต ยังสามารถขายลิขสิทธิ์เนื้อหาเพื่อไปออกอากาศในต่างประเทศผ่านช่องทางสตรีมมิ่ง หรือช่องทางอื่นๆ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งแหล่งรายได้ใหม่ ทั้งยังสามารถนำมาออกอากาศซ้ำ หรือรีรันได้ตลอด ซึ่งเป็นการตอบโจทย์เรื่องการลดต้นทุนการผลิตได้ โดยไม่มีข้อจำกัดเหมือนการซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์และซีรีส์ต่างประเทศ ที่จำกัดจำนวนครั้งการออกอากาศต่อการทำสัญญาซื้อขายลิขสิทธิ์แต่ละครั้ง

ทั้งนี้ ในช่วงสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ โควิด-19 ที่มีผลกระทบต่อการผลิตละคร และรายการต่างๆ ยิ่งทำให้เห็นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นถึงความสำคัญของการรีรันคอนเทนต์ละคร โดยจะเห็นได้ว่า ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีการผลิตละครเก็บไว้ในคลังเป็นจำนวนมาก จะมีความได้เปรียบมากกว่า เนื่องจากมีทางเลือกในการหยิบละครยอดนิยมที่เคยออกอากาศไปแล้วมาจัดเรียงลงผังรายการ ซึ่งเป็นทั้งการลดต้นทุนการผลิต สร้างเรตติ้ง และสร้างรายได้ให้กับช่องได้ด้วยในเวลาเดียวกัน

¹ ออกอากาศตั้งแต่ 6 ตุลาคม 2559 - 30 มีนาคม 2560 และมีเรตติ้งเฉลี่ยทั้งซีซั่นสูงถึง 7.135

























20 อันดับ ละครที่มีเรตติ้งเฉลี่ยสูงสุดประจำปี 2564

อันดับ	ช่อง	รายการ	เรตติ้ง
1		 ทางเสี้ยวผ่าน	5.651
2		 วงเวียนหัวใจ	5.380
3		 ธิดาวานร	5.334
4		 คู่แค้น แสนรัก	5.226
5		 เผาขบ	5.165
6		 ปิ่นไพร	4.993
7		 แม่เบี้ย	4.965
8		 กำนันหญิง	4.933
9		 ดงพญาเย็น	4.906
10		 สูตรรักแซ่บอีหลี	4.879
11		 สะใภ้เจ้าสัว	4.870
12		 หลงกลิ่นจันทน์	4.629
13		 คทาสিংห์	4.606
14		 นางฟ้าอสูร	4.572
15		 แม่ครัวคนใหม่	4.550
16		 ทะเลทอง	4.535
17		 รีรัน-ข้ามากับพระ	4.535
18		 รหัสริษยา	4.234
19		 ล่าท้าชน	4.229
20		 ผู้ใหญ่สันต์ กำนันศรี	4.215

ที่มา: AGB Nielsen Media Research

ข้อมูลเรตติ้งละครไทยในปี 2564 พบว่า ละครที่ได้รับความนิยมสูงใน 20 อันดับแรก มีอยู่แค่ 3 ช่องเท่านั้น ได้แก่ ช่อง 7HD ช่อง 3HD และช่อง One โดยละครเรื่องที่ได้รับคามนิยมสูงสุดอยู่ใน 2 ช่วงเวลาของเวลาไพรม์ไทม์ ได้แก่ ช่วงเวลา 19.00-20.00 น. และ ช่วงเวลา 20.00-22.30 น. โดยมีละครจากช่อง 7HD ถึง 14 เรื่อง รวมถึงละครรีรันด้วย ในขณะที่ละครจากช่อง 3HD และช่อง One มีจำนวนช่องละ 3 เรื่อง และเป็นละครที่ออกอากาศในช่วงเวลา 19.00-20.00 น. ทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า สถานการณ์การแข่งขันชิงผู้ชมของละคร 1 ทุ่ม ซึ่งเป็นหนึ่งช่วงเวลาที่มียอดผู้ชมสูงนั้น ไม่ได้มีผู้นำที่ตายตัว แต่มีเนื้อหาละครเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจความนิยมของผู้ชม

รายการละครที่มีเรตติ้งเฉลี่ยสูงสุดของช่องโทรทัศน์ดิจิทัล ปี 2564

ช่อง	รายการ	เรตติ้งเฉลี่ย (ละคร)	เรตติ้งเฉลี่ยของช่อง
	 ทางเสือผ่าน	5.651	1.590
	 นงพญาเย็น	4.906	0.630
	 สะใจเจ้าสาว	4.870	1.099
	 ตะวันตกดิน	1.202	0.591
	 เวราอาฆาต	1.291	0.362
	 เล็ดเต็งม่วนคึกอักหลาย	0.932	0.606
	 ผีเกาะ	0.580	0.597
	 แม่นาคพระโขนง	0.386	0.160
	 คูไฟท์ไฟว์ตี	0.367	0.185
	 นابی จันจะไม่รักเธอ	0.204	0.105
	 ริดาซาตาน	0.117	0.198
	 ความทรงจำใหม่หัวใจเดิม	0.121	0.072

ในช่วงปี 2564 ที่ผ่านมาพบว่า ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่ผลิตละคร ซิตคอม และซีรีส์ เพื่อออกอากาศมีจำนวนทั้งสิ้น 12 ช่อง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นหลายกลุ่มได้ดังนี้

1

คือ กลุ่มช่องที่ผลิตละครเป็นคอนเทนต์หลักตั้งแต่เริ่มต้นยุคโทรทัศน์ดิจิทัล



ในช่องกลุ่มนี้ ละครเป็นคอนเทนต์ที่ช่วยสร้างเรตติ้ง โดยเฉพาะในช่อง 7HD ช่อง 3HD ช่อง One และช่อง GMM25 ที่เนื้อหาประเภทละครเป็นรายการที่มีเรตติ้งสูงสุดของช่อง ส่วนช่อง 8 นั้น ละครเป็นรายการที่มีเรตติ้งสูงรองจากรายการถ่ายทอดสดมวยไทย ซึ่งเป็นคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดของช่อง

2

คือ กลุ่มช่องที่ใช้คอนเทนต์ละครเพื่อขยายฐานผู้ชม



เนื่องจากทั้ง 4 ช่องนี้มีคอนเทนต์รายการข่าวเป็นคอนเทนต์หลักที่ได้รับความนิยมสูงสุดของช่อง คอนเทนต์ละครจึงทำหน้าที่เป็นคอนเทนต์ที่ช่วยเสริมสร้างความนิยมของสถานีในกลุ่มผู้ชมที่หลากหลายขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้หญิง

3

คือ กลุ่มช่องที่ผลิตละคร ซิตคอม และซีรีส์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของช่อง



เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นช่องที่เน้นความเป็นวาไรตี้และสนุกสนาน คอนเทนต์ละครและซิตคอมของช่องเวิร์คพอยท์ทีวี ส่วนใหญ่เป็นแนวคอมเมดี้ ในขณะที่ละครของช่องไทยพีบีเอส เป็นละครที่เน้นการสร้างสรรค์สาระความรู้ผ่านรูปแบบละคร เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นโทรทัศน์สาธารณะของช่อง

4

คือ กลุ่มช่องที่ต่อยอดละครจากธุรกิจอื่น



สำหรับช่อง True4U นั้น ละครเป็นหนึ่งในคอนเทนต์ต่อยอดจากธุรกิจคอนเทนต์ออนไลน์ หรือ TrueID โดยช่องจะนำละครและซีรีส์ที่ออกอากาศในแพลตฟอร์มออนไลน์มาออกอากาศซ้ำ แต่อย่างไรก็ดี กลยุทธ์การวางผังรายการของช่องจะเน้นไปที่เนื้อหาประเภทคอนเทนต์ภาพยนตร์ไทยมากกว่าเนื้อหาในกลุ่มละคร

โดยภาพรวม พบว่า คอนเทนต์กลุ่มละครเป็นคอนเทนต์ที่ช่วยสร้างฐานความนิยมให้แก่ช่องในกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน เห็นได้จากเรตติ้งเฉลี่ยทั้งเรื่องของคอนเทนต์ละครที่ได้เรตติ้งสูงสุดของช่องส่วนใหญ่ นั้นมีเรตติ้งสูงกว่าเรตติ้งเฉลี่ยของช่องทั้งปี ยกเว้นช่อง PPTV ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ในเวลาต่อมา ช่อง PPTV เลิกผลิตละคร และหันไปมุ่งพัฒนาคอนเทนต์รายการข่าวและรายการกีฬาแทน

เมื่อพิจารณาการจัดละครลงผังรายการพบว่า จากข้อมูลผังรายการเดือนเมษายน 2565 มีช่องโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวน 11 ช่อง ที่มีการผลิตละคร ชিতคอม หรือซีรีส์ใหม่ลงผังรายการ ส่วนใหญ่จัดคอนเทนต์เหล่านี้ไว้ออกอากาศในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ ยกเว้นวันเสาร์ - อาทิตย์ ที่บางช่องเลือกจัดชิตคอม และมินิซีรีส์ ลงผังรายการในภาคกลางวัน เช่น กรณีของช่องเวิร์คพอยท์ทีวี หรือช่อง 7HD ที่มีละครพื้นบ้านเป็นคอนเทนต์ยอดนิยมของเช้าวันเสาร์ - อาทิตย์มาอย่างต่อเนื่องและยาวนานตั้งแต่ยุคโทรทัศน์แอนะล็อกจนถึงปัจจุบัน

ข้อมูลผังรายการ (เดือนเมษายน 2565) ของช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่ผลิตคอนเทนต์ละครใหม่ลงผังรายการ

ช่อง	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	ชื่อละคร
ไทยพีบีเอส	เสาร์-อาทิตย์	20.15-21.15 น.	ความรักความทรงจำ
เวิร์คพอยท์ทีวี	เสาร์-อาทิตย์	11.00-12.00 น.	หกจากครึ่งจรรย์
	อาทิตย์	15.45-16.30 น.	โรงงานบรรจุก
	เสาร์	22.30-23.30 น.	นึ่งเฮียก็หาว่าซื่อ
GMM25	จันทร์-พฤหัสบดี	20.30-21.30 น.	สงครามดอกไม้
			นางฟ้าคาบารัด
	ศุกร์	20.30-21.30 น.	ใครคืออองชองเต
	เสาร์	20.30-21.45 น.	หัวใจรัก สี่ดวงดาว
	อาทิตย์	20.30-21.30 น.	พันธกรรมกามเทพ
ช่อง 8	จันทร์-พฤหัสบดี	21.30-22.40 น.	รักนี้เจ้านายจอง
		19.00-20.00 น.	กระสือลำซิ่ง
		20.30-21.30 น.	บ่วงใบบุญ
9 MCOT HD	เสาร์-อาทิตย์	10.30-11.00 น.	พิตเนส สะเด็ดขาด
7 HD	จันทร์-ศุกร์	18.45-19.45 น.	พยัคฆ์เยือก
		20.30-22.30 น.	เขยบ้านไร่ สะใภ้ไอโซ
			เจ้าสาวจำเลย
	เสาร์-อาทิตย์	08.00-09.00 น.	เสาร์ 5
			เจ้าหญิงพิศุกอง

ช่อง	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	ชื่อละคร	
3HD	จันทร์-ศุกร์	19.00-20.00 น.	มักกะสิทธิ์รัก	
		20.30-22.30 น.	ช่านเสน่หา	
			ปมเสน่หา	
			คุณหมื่นปาฏิหาริย์	
	จันทร์-อังคาร-พุธ-ศุกร์	22.30-24.00 น.	หน้าอ่าน เดอะ ซีรีส์	
			เจน Y The Series	
			ผมกับผีในห้อง	
			แอบหลงรัก	
เสาร์	22.25- 23.55 น.	แคนเรดิโอ ซีซั่น 2		
One	จันทร์-ศุกร์	19.00-20.00 น.	ทายาทพันธุ์ข้าวเหนียว	
	จันทร์-พฤหัสบดี	20.30-22.30 น.	พิชักรอยอดีต	
			เวลากามเทพ	
	ศุกร์	21.15-22.30 น.	คลับพรายเดย์ เดอะ ซีรีส์	
		22.30-23.30 น.	ซีตคอม เป็นต่อ 2022	
		23.30- 00.30 น.	รักได้ไหม นายไม่ยิ้ม	
	เสาร์	19.00-20.00 น.	ซีตคอม สุภาพบุรุษสุดซอย	
		23.10- 00.10 น.	คินน์ พอร์ช เดอะซีรีส์	
	อาทิตย์	10.00-11.00 น.	ซีตคอม ฮาไม่จำกัดทั่วไทย	
		22.15-23.15 น.	ซีตคอม รักเดียว	
		23.15-00.15 น.	ผมปวดกาย นายปวดใจ	
	ไทยรัฐทีวี	เสาร์-อาทิตย์	21.30-22.30 น.	เปิดสะกิดบ้านทุ่ง
	Amarin TV HD	เสาร์-อาทิตย์	21.30-22.30 น.	ป่ากามเทพ
PPTV	พุธ-พฤหัสบดี	21.30-22.45 น.	จังหวะหัวใจนายสะอาด	
JKN 18	จันทร์	10.12-11.10 น.	ขุมทรัพย์ลำโขง	
	เสาร์-อาทิตย์	11.42-12.40 น. และ 12.50-13.48 น.	ทรายล้อมสี่	

ที่มา: <https://dtvguide.nbtc.go.th/tvguide/>

เป็นที่น่าสนใจว่า ช่อง JKN 18 ที่มีซีรีส์อินเดีย เป็นคอนเทนต์ยอดนิยมของช่อง เริ่มนำคอนเทนต์ละคร มาลงผังรายการเช่นกัน แต่เป็นละครที่เคยออกอากาศมาแล้วที่ช่อง 8 และนำมาออกอากาศซ้ำอีกครั้งในช่อง JKN18 ทั้งนี้ช่อง 8 และช่อง JKN 18 เป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกัน โดยที่ช่อง 8 ซื้อลิขสิทธิ์ซีรีส์อินเดียจากกลุ่มบริษัท ผู้ถือหุ้นใหญ่ของช่อง JKN18 ไปออกอากาศ

นอกจากนี้ยังเริ่มเห็นความเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ของช่องโทรทัศน์ดิจิทัลช่องอื่นๆ เช่น บริษัท โมโน เน็กซ์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของช่อง Mono 29 ซึ่งได้ประกาศกลยุทธ์ใหม่ของช่องในปี 2565 ที่จะหันมาเน้นการผลิตละคร และคอนเทนต์ในประเทศมากขึ้น เพื่อทดแทนการซื้อลิขสิทธิ์คอนเทนต์ต่างประเทศ ตามแผนการลดต้นทุนของบริษัท ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งคอนเทนต์ที่ผลิตเองนี้ จะนำมาออกอากาศทั้งในช่อง Mono 29 และบริการคอนเทนต์ในช่องทางออนไลน์ของกลุ่มบริษัทต่อไป

แม้ว่าการผลิตละครไทย มีต้นทุนสูง รวมถึงต้องมีบทละครและนักแสดงที่ดึงดูดผู้ชมได้ แต่อย่างไรก็ดี ในปัจจุบัน บรรดานักแสดงชื่อดังจำนวนมากไม่ต่อสัญญาผูกมัดกับช่องใดช่องหนึ่ง เป็นนักแสดงอิสระ พร้อมๆ กับการเกิดขึ้นของนักแสดงหน้าใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้แต่ละช่องสามารถเลือกสรรนักแสดงให้เหมาะสมกับ เนื้อหาละครที่ต้องการผลิตได้มากขึ้น นอกจากนี้ บทละครเองก็มีการพัฒนาให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ ในสังคม เริ่มมีการสร้างพล็อตละครที่เจาะกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มโดยตรง เช่น กรณีซีรีส์วาย ที่เป็นผลมาจากการเปิดกว้างทางสังคม ที่ให้การยอมรับและการปฏิบัติกับบุคคลอื่นโดยไม่จำกัดเพศมากขึ้น

ทั้งหมดนี้ช่วยเปิดทางให้ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลสามารถพัฒนาการผลิตละคร ชิตคอม หรือซีรีส์ และสามารถ เพิ่มช่องทางสร้างรายได้จากการขายลิขสิทธิ์ในช่องทางออนไลน์ แอปพลิเคชันทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังสร้างชื่อเสียงในการผลักดันซอฟต์ พาวเวอร์ (Soft Power) ของไทยในตลาดต่างประเทศได้ด้วยเช่นกัน

