

# บทบรรณาธิการ



## 'เวิร์คพอยท์' ความสำเร็จของทีวีไทย

• เป็นการสร้างปรากฏการณ์ของวงการทีวีไทยได้อย่างยอดเยี่ยมสำหรับช่อง "เวิร์คพอยท์" ที่ผลิตรายการอะไรออกมาก็ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

โดยเฉพาะรายการ "The Mask Singer หน้ากากนักร้อง" ถึงแม้จะเป็นการซื้อลิขสิทธิ์รูปแบบรายการ "Miseuteori Eumaksyo Bokmyeon-gawang" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายการ "Ilbam" จากประเทศเกาหลีใต้

แต่ "เวิร์คพอยท์" ได้มีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมจนเป็นที่ถูกอกถูกใจคนดูทั่วประเทศ

ส่งผลให้รายการนี้ มีเรตติ้งอยู่ที่ 10 ต้นๆ ในพื้นที่กรุงเทพฯ ในขณะที่ตัวเลขทั่วประเทศอยู่ที่ 8 กว่า หากดูจากตัวเลขเรตติ้งแล้วรับได้ว่าเป็นตัวเลขที่สูงเมื่อเทียบกับรายการของช่องอื่น นอกจากนี้ยังเป็นตัวเลขที่สูงกว่าละครบางเรื่องของช่อง 3 และช่อง 7 อีกด้วย

ตัวเลขนี้ยังไม่รวมถึงการดูผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่คนรุ่นใหม่นิยมเลือกชมผ่านช่องทางนี้อีก 10 ล้านคน

ความสำเร็จของ "The Mask Singer" ทำให้ "เวิร์คพอยท์" ดัดสินใจเดินหน้าทำซีซั่นที่ 2 ต่อทันที และมีการปรับเรตค่าโฆษณาขึ้นมาจากอยู่ที่ 3.5-4 แสนบาท จากเดิมที่มีค่าโฆษณาอยู่ที่ 1 แสนบาท

ถือเป็นการปรับค่าโฆษณาขึ้นมาจากอันดับต้นของการขายรายการที่ประสบความสำเร็จที่สุดในช่อง

หากเราพิจารณาถึงความสำคัญของรายการนี้ต้องบอกว่ามีคนมาสนใจอยู่หลายจุดด้วยกัน

ไม่ว่าจะเป็นความสามารถของผู้เข้าแข่งขัน วีทีอาร์เปิดตัวผู้เข้าแข่งขันคณะกรรมการ และพิธีกร แต่ละคนทำหน้าที่ของตัวเองได้อย่างดี ภายใต้การครีเอทีฟรายการของโปรดิวเซอร์

ต้องยอมรับว่า "เวิร์คพอยท์" มีจุดแข็งในเรื่องนี้ มีบุคลากรคุณภาพอยู่หลายคนทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง โดยเฉพาะโปรดิวเซอร์รายการและครีเอทีฟต่างๆ ที่มักจะสรรสร้างงานดีๆ ออกมาเพื่อผู้ชม

ยิ่งได้รับการสนับสนุนให้ใช้ความคิดความสามารถอย่างเต็มที่โดยไม่มีกรอบปิดกั้นแนวคิดจาก "เสียดา-ปัญญา นิรันดร์กุล" ด้วยแล้ว ก็ยิ่งส่งผลให้งานออกมาโดนใจผู้ชมเป็นอย่างมาก

ไม่ใช่แค่ "The Mask Singer" เท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ รายการ "ปริศนาฟ้าแลบ" ก็เป็นอีกหนึ่งรายการที่มีเรตติ้งสูง มีการเลือกทีมผู้เข้าแข่งขันที่มาสรางสีสันความสนุกในรายการ

ที่สำคัญรายการนี้ "เวิร์คพอยท์" สามารถขายลิขสิทธิ์ให้กับผู้ผลิตจากสหรัฐอเมริกาในงาน "Natpe Miami" ประจำปี 2017 ณ โรงแรม Fontainebleau และโรงแรม Eden Roc ริมหาดไมอามี ประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึงอีกหลากหลายรายการ

หากย้อนดูการขายลิขสิทธิ์รายการที่ผ่านมา "เวิร์คพอยท์" ได้เดินหน้าขายลิขสิทธิ์ในงานใหญ่ๆ ระดับโลกมาแล้วมากมาย ไม่ว่าจะเป็นงาน "MIPCOM 2016" ณ เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส และงาน "Asia TV Forum & Market 2016" (ATF) ณ Marina Bay Sands ประเทศสิงคโปร์ เมื่อปีที่ผ่านมานะ

นับได้ว่า "เวิร์คพอยท์" เป็นต้นแบบความสำเร็จของวงการทีวีไทย เป็นผู้นำเรื่องคอนเทนต์ในรูปแบบรายการที่ผลิตเอง รวมถึงการซื้อลิขสิทธิ์มาผลิตที่โดนใจผู้ชมชาวไทยอย่างมาก

ความสำเร็จตรงจุดนี้ "เวิร์คพอยท์" ได้สะสมชั่วโมงบินมายาวนานถึง 28 ปี จนปัจจุบันกลายเป็นสถานีโทรทัศน์ที่เข้าไปนั่งในใจผู้ชมทั่วประเทศ ■