

"เวิร์คพอยท์" เนื้อหอมบินทาเฟซบุ๊ก

นายชลากรณ์ ปัญญาโฉม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานดิจิทัล เกินไปคงต้องรอเวลาอีกสักระยะ"

ทีวี บริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ความสำเร็จของรายการหน้ากนกนกร้องหรือ The Mask Singer ซึ่งทำเรตติ้งเฉลี่ย 7-14 ทำให้เรตติ้งรวมของเวิร์คพอยท์ ณ สิ้นเดือน มี.ค.ที่ผ่านมา ตีขึ้นมาจากอยู่ที่ 1.55 เหนือกว่าเป้าหมายเรตติ้งทั้งปีของปีนี้ที่ตั้งไว้ที่ 1.4 ไปแล้วความสำเร็จดังกล่าวจะทำให้รายได้และกำไรของธุรกิจทีวีในไตรมาส 1 ที่ผ่านไปได้ดี จากไตรมาสที่ 4 ของปีที่แล้ว เติบโตติดลบ

"เป้าหมายของเราคือจะรักษาเรตติ้งเฉลี่ยและอัตราค่าโฆษณาเอาไว้ โดยในปีนี้อัตราเฉลี่ยค่าโฆษณาของช่องจะอยู่ที่นาทีละ 62,000 บาท สูงสุดอยู่ที่นาทีละ 420,000 บาท ที่รายการหน้ากนกนกร้องสามารถทำได้ ขณะที่รายได้ทั้งปีที่ตั้งไว้ 2,800 ล้านบาท ก็ยังไม่มีมีการปรับเพิ่ม เพราะน่าจะเร็ว

นายชลากรณ์กล่าวอีกว่า ภายในเดือนนี้จะเดินทางไปหารือกับเฟซบุ๊กเพื่อดูว่าจะทำอะไรร่วมกันได้บ้าง หลังจากที่เฟซบุ๊กเริ่มให้ความสำคัญกับตลาดเมืองไทยมากขึ้น เพราะเห็นในศักยภาพไทยที่มีการใช้งานเฟซบุ๊กกันอย่างแพร่หลาย โดยปัจจุบันเฟซบุ๊กจ้างเวิร์คพอยท์ให้บริการเฟซบุ๊กไลฟ์ Live อยู่แต่ยังไม่มีการแบ่งรายได้ระหว่างกัน ต่างจากยูทูบซึ่งเป็นของกูเกิลมีการทำงานร่วมกันและแบ่งรายได้ระหว่างกัน

ส่วนสำหรับไลน์ (Line) นั้น ขณะนี้กำลังอยู่ระหว่างเจรจาเงื่อนไขเกี่ยวกับรายการเอ็กซ์คลูซีฟของเวิร์คพอยท์บนช่องไลน์ทีวี จากปัจจุบันที่ไลน์ซื้อรายการบางส่วนของเวิร์คพอยท์ไป และได้สิทธิ์ออกอากาศที่ไลน์ทีวีก่อนเป็นที่แรก ซึ่งแนวทางทั้งหมดจะช่วยเพิ่มรายได้ของช่องเวิร์คพอยท์จากทางออนไลน์ให้เติบโตมากขึ้น.