

รายการ TV Shopping ในช่องโทรทัศน์ดิจิทัล

SHOPPING



ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 และการวางแผนโฆษณาไปยังสื่อใหม่ในช่องทางออนไลน์ที่มากขึ้น ได้ส่งผลให้มูลค่าโฆษณาบนโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (โทรทัศน์ดิจิทัล) ลดน้อยลง จนส่งผลกระทบต่อรายได้ในภาพรวมของช่องรายการ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดในวิกฤติที่เกิดขึ้น รายการประเภทแนะนำและขายสินค้า (TV Shopping) จึงกลายมาเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลนำไปแทรกอยู่ในผังรายการเพื่อเป็นรายได้ของสถานี นอกเหนือไปจากช่วงเวลาโฆษณาปกติ

รูปแบบรายการ TV Shopping ในช่องโทรทัศน์ดิจิทัลนั้น มีหลากหลายประเภท โดยมีทั้งรูปแบบที่อยู่ในผังรายการนอกผังรายการ และในรูปแบบการสอดแทรกเข้าไปในเนื้อหารายการอื่นๆ ที่ออกอากาศอยู่ หรือที่เรียกว่าการ Tie In โดยพบว่าการสอดแทรกรายการ TV Shopping อยู่ในหลากหลายประเภทรายการ เช่น รายการละคร หรือรายการวาไรตี้เกมโชว์ เป็นต้น ซึ่งรายการแนะนำและขายสินค้ามีอยู่ในทุกช่องโทรทัศน์ดิจิทัลภาคธุรกิจในปัจจุบัน รวมถึงช่องโทรทัศน์สาธารณะบางช่องที่สามารถหารายได้จากโฆษณาได้ด้วยเช่นกัน

สำหรับรูปแบบรายการ TV Shopping ที่อยู่ในผังรายการ คือ รายการที่มีการใช้เวลาสถานีโทรทัศน์เพื่อออกอากาศ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผังรายการของแต่ละช่องตามที่แจ้งไว้กับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) แล้วพบว่า มีรายการ TV Shopping กระจายอยู่ในผังรายการตลอดทั้งวัน โดยมีทั้งรายการสั้น (ระยะเวลาออกอากาศ 2-5 นาที) และรายการยาว (ระยะเวลาออกอากาศ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง)

ผังรายการ TV Shopping ในช่องโทรทัศน์ดิจิทัล เดือนธันวาคม 2564

จากข้อมูลผังรายการประจำเดือนธันวาคม 2564 ซึ่งพิจารณาตามหมวดหมู่ช่องรายการ พบว่า ในหมวดหมู่ช่องสาธารณะ ซึ่งได้แก่ ช่อง ททบ.5 ช่อง NBT ช่อง ThaiPBS และช่องโทรทัศน์รัฐสภา มีเพียงช่อง ททบ.5 และช่อง NBT เท่านั้นที่สามารถหารายได้จากโฆษณาได้ โดยช่อง ททบ.5 เป็นช่องรายการเดียวในหมวดหมู่ช่องสาธารณะที่จัดรายการ TV Shopping ลงในผังรายการอยู่ในช่วงเวลาครึ่งเช้าของทุกวัน วันละ 25-30 นาที

หมวดช่องสาธารณะ

ช่อง	วันออกอากาศ	ชื่อรายการ	เวลาออกอากาศ
	จันทร์-ศุกร์	มีเดียช็อปปิ้ง มีดีให้ช็อป	11.00-11.25 น.
	เสาร์	มีเดีย ช็อปปิ้ง	11.35-12.00 น.
	อาทิตย์	มีเดีย ช็อปปิ้ง	07.30-08.00 น.

หมายเหตุ: ช่อง NBT, ช่อง ThaiPBS, ช่องโทรทัศน์รัฐสภา ไม่มีรายการ TV Shopping
ที่มา: <https://dtvguide.nbt.go.th/tvguide/>

หมวดช่องข่าวสาร และสาระ

สำหรับช่องในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ซึ่งเหลือผู้ประกอบการ 3 ช่อง ได้แก่ ช่อง TNN ช่อง JKN 18 และช่อง Nation TV พบว่า มีช่อง Nation TV และช่อง JKN 18 ที่บรรจุรายการประเภท TV Shopping ลงผังรายการต่อเนื่องทุกวัน โดยช่อง Nation TV มีรายการประเภทนี้วันละหลายช่วงเวลา เช่น ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์มีรายการ TV Shopping ถึง 12 รายการ และวันเสาร์อาทิตย์มีรายการ TV Shopping ถึงวันละ 13 รายการ ซึ่งมีความยาวรายการประมาณ 10 นาที และครึ่งชั่วโมง ส่วนช่อง JKN 18 มีรายการ TV Shopping เป็นรายการขายสินค้าในกลุ่มบริษัท JKN โดยมากมีความยาวรายการประมาณ 10-25 นาที



ช่อง	วันออกอากาศ	ชื่อรายการ	เวลาออกอากาศ
JKN 18	จันทร์-อาทิตย์	JKN Hi Shopping	07.35-08.00 น.
	จันทร์-ศุกร์	JKN Hi Shopping	09.00-09.25 น.
			13.00-13.25 น.
			15.00-15.10 น.
			17.30-17.40 น.
	เสาร์-อาทิตย์	JKN Hi Shopping	09.35-10.00 น.
			13.35-14.00 น.
			20.35-21.00 น.
N	จันทร์-ศุกร์	Happy Market	09.10-09.20 น.
			11.05-11.10 น.
			14.35-14.40 น.
			19.55-20.00 น.
		TVD Shop	09.50-10.00 น.
			00.20-00.50 น.
		สุข Society	11.50-12.00 น.
			13.40-13.50 น.
			16.50-17.00 น.
		ชีวิตดี Happy Life	18.00-18.10 น.
		Show Time	04.00-04.30 น.
			05.00-05.30 น.
	เสาร์-อาทิตย์	สุข Society	08.20-08.30 น.
			08.50-09.00 น.
			12.50-13.00 น.
			20.00-20.10 น.
		TVD Shop	09.00-09.30 น.
		ชีวิตดี Happy Life	10.00-10.10 น.
			16.50-17.00 น.
		Happy Market	10.55-11.00 น.
			18.00-18.05 น.
			21.35-21.40 น.
		True Shopping	15.30-16.00 น.
			00.30-01.00 น.
		Show Time	04.00-04.30 น.
	เสาร์	TVD Shop	13.00-13.30 น.
	อาทิตย์	Show Time	05.30-06.00 น.

หมายเหตุ: ช่อง TNN ไม่ได้บรรจุกลุ่มรายการ TV Shopping ไว้ในผังรายการ
ที่มา: <https://dtvguide.nbtc.go.th/tvguide/>

หมวดช่องทั่วไป ความคมชัดปกติ (SD)

ในส่วนของช่องในหมวดหมู่ความคมชัดปกติ (SD) พบว่า ช่องที่บรรจุรายการ TV Shopping ไว้ในผังรายการมีจำนวน 3 ช่อง ประกอบด้วย ช่อง True4U ช่อง GMM25 และช่อง 8 โดยกลยุทธ์ของช่อง True4U คือการจัดรายการ TV Shopping รายการละ 30 นาที ตั้งแต่ช่วงเวลาหลังเที่ยงคืนจนถึงเวลา 15.00 น. ในขณะที่ช่อง GMM25 จัดรายการ TV Shopping อยู่ในช่วงหลังเที่ยงคืนจนถึง 7 โมงเช้า ส่วนช่วงระหว่างวันนั้น จัดรายการแทรกไว้ในช่วงรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดของช่อง ทั้งรายการ “ข้าวแหม่ไค้ง” และช่วงเวลาละครสั้นทั้งเช้าและบ่าย

สำหรับช่อง 8 ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ของกลุ่มบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้หลักจากการขายสินค้าในสื่อทุกช่องทาง จึงมีการจัดรายการช้อปปิ้งไว้ในทุกช่วงเวลา นอกเหนือจากเวลาโฆษณาสินค้า

ช่อง	วันออกอากาศ	ชื่อรายการ	เวลาออกอากาศ
	อังคาร-พุธ-พฤหัสบดี	ครู ชอปบิ่ง	00.30-01.00 น.
	อาทิตย์-จันทร์	ครู ชอปบิ่ง	01.00-01.30 น.
	จันทร์-ศุกร์	ครู ชอปบิ่ง	08.00-08.30 น.
			10.30-11.00 น.
			14.25-14.55 น.
	เสาร์	ครู ชอปบิ่ง	09.30-10.00 น.
	เสาร์-อาทิตย์	ครู ชอปบิ่ง	14.25-14.55 น.
	จันทร์-อาทิตย์	โอ ชอปบิ่ง	00.05-00.25 น.
			01.45-02.05 น.
			02.20-02.40 น.
	จันทร์-ศุกร์	โอ ชอปบิ่ง	03.30-03.50 น.
			04.50-05.10 น.
			05.20-05.40 น.
	เสาร์-อาทิตย์	โอ ชอปบิ่ง	03.00-03.20 น.
			05.55-06.25 น.
			06.35-06.55 น.
	จันทร์-อาทิตย์	ชีวิตดี สารคดี	03.10-03.20 น.
			04.20-04.30 น.
			08.50-09.00 น.
			10.00-10.10 น.
	จันทร์-ศุกร์	ชีวิตดี สารคดี	00.30-00.40 น.
			05.30-05.40 น.
			11.45-11.55 น.
			16.15-16.25 น.
		แซร์ ชอป โซว์	14.35-14.45 น.
	เสาร์-อาทิตย์	ชีวิตดี สารคดี	01.30-01.40 น.
			05.00-06.00 น.
			11.10-11.20 น.
			13.30-13.40 น.
			14.10-14.20 น.
			16.00-16.10 น.
17.50-18.00 น.			

หมายเหตุ: ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี และช่อง Mono 29 ไม่ได้บรรจุรายการ TV Shopping ไว้ในผังรายการ

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



หมวดช่อง ความคมชัดสูง (HD)

สำหรับช่องในหมวดหมู่ความคมชัดสูง (HD) นั้นพบว่า มีช่อง 7HD เพียงช่องเดียวเท่านั้นที่ไม่มีรายการ TV Shopping แทรกในผังรายการตามนโยบายของช่อง ส่วนช่องอื่นๆ ที่มีผังรายการ TV Shopping นั้น รายการส่วนใหญ่จะถูกวางไว้ในผังรายการช่วงเที่ยงคืนถึงเช้าในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ แต่มีแทรกรายการในช่วงระหว่างวัน ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ นอกจากนี้สำหรับช่อง One และช่อง 3HD มีรายการ TV Shopping เพิ่มเติมในช่วงละครรีรันเช้าและบ่ายของช่อง ซึ่งละครรีรันเป็นหนึ่งในคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมสูงของช่องด้วย



ช่อง	วันออกอากาศ	ชื่อรายการ	เวลาออกอากาศ
MCOT HD 30	จันทร์-อาทิตย์ จันทร์-ศุกร์	Shop Mania	00.00-00.05 น.
		TVD Shop	00.35-03.00 น.
			05.00-05.50 น.
			06.00-06.50 น.
		Shop Mania	06.50-07.00 น.
			08.55-09.00 น.
			11.25-11.30 น.
			17.55-18.00 น.
			17.55-18.00 น.
			23.55-23.59 น.
one 31	จันทร์-ศุกร์	ไอ ช็อปบิ่ง	01.00-01.20 น.
			02.00-02.10 น.
			04.00-04.10 น.
		ไอ ช็อปบิ่ง	01.35-01.55 น.
		ไอ ช็อปบิ่ง	04.00-04.10 น.
			04.15-04.25 น.
			04.30-05.00 น.
		TV Direct	05.05-05.30 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	05.35-06.00 น.
		ไอ ช็อปบิ่ง	01.40-02.10 น.
ไทยรัฐ TV 32HD	จันทร์-ศุกร์	TVD Shop	05.00-05.30 น.
			01.10-01.40 น.
		ดิลดาวน์ชวนช็อป	08.25-08.30 น.
		ดิลดาวน์ชวนช็อป มีดไนท์	00.00-00.02 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	04.30-05.00 น.
		TVD Shop	05.00-05.30 น.
			05.35-06.00 น.
			00.30-01.30 น.
		ดิลดาวน์ชวนช็อป	11.30-11.35 น.
		ดิลดาวน์ชวนช็อป มีดไนท์	23.30-23.35 น.
3 HD	จันทร์-อาทิตย์ จันทร์-ศุกร์	ไอ ช็อปบิ่ง	01.40-01.50 น.
			03.15-03.25 น.
		ไอ ช็อปบิ่ง	09.05-09.15 น.
			14.10-14.20 น.
		อมาโด ช็อปบิ่ง	08.55-09.00 น.
		อมาโด ช็อปบิ่ง	09.00-09.05 น.
AMARIN 34 HD	จันทร์-อาทิตย์	TVD Shop	00.00-00.30 น.
			03.00-04.00 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	01.00-01.30 น.
			23.35-00.00 น.
		อมาโดช็อปบิ่ง	22.30-22.35 น.
PPTV HD 36	จันทร์-อาทิตย์	กรุ ช็อปบิ่ง	00.15-00.35 น.
			00.45-01.15 น.
			02.00-04.30 น.
		TV Direct	05.00-05.30 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	06.00-06.30 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	06.00-06.30 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	06.00-06.30 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	06.00-06.30 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	06.00-06.30 น.
		กรุ ช็อปบิ่ง	06.00-06.30 น.

หมายเหตุ: ช่อง 7HD ไม่มีรายการ TV Shopping
ที่มา: <https://dtvguide.nbtc.go.th/tvguide/>

จากภาพรวมข้อมูลรายการ TV Shopping ในผังรายการของช่องโทรทัศน์ดิจิทัล พบว่า ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาในผังรายการทุกๆ เดือน โดยมีผู้ประกอบการขายสินค้า TV Shopping รายใหญ่ๆ ในตลาดเป็นผู้เช่าเวลาหลักของแต่ละสถานี นอกจากนี้ยังพบว่า รายการขายสินค้า ซึ่งในอดีตอยู่ในผังรายการช่วงหลังเที่ยงคืนที่มีผู้ชมน้อย ได้กระจายไปอยู่ในช่วงระหว่างวัน ทั้งวันทำงานและวันหยุดมากขึ้น เพื่อเจาะกลุ่มผู้ชม เช่น กลุ่มแม่บ้าน และยังแทรกเข้าไปอยู่ในช่วงเวลาของรายการที่ได้รับความนิยมในระหว่างวัน เช่น ละครีรันเช้าและบ่าย ในช่อง 3HD ช่อง One และ ช่อง GMM25 ด้วย

นอกเหนือจากรายการ TV Shopping ตามผังรายการเหล่านี้แล้ว ยังมีช่วงวันพิเศษในการโปรโมทรายการซื้อขายสินค้า ซึ่งในแวดวงการขายสินค้าที่ใหญ่และโด่งดังที่สุดในโลก เป็นวันที่ 11 เดือน 11 ของทุกปี ซึ่งในช่วงวันดังกล่าว แพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์รายใหญ่ทั้ง Shopee และ Lazada ต่างใช้ช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นช่องทางกระตุ้นการรับรู้ของประชาชนในการซื้อสินค้าในแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วยเช่นกัน โดยมีลักษณะเป็นรายการที่ออกอากาศพิเศษ ซึ่งไม่ได้มีลักษณะเป็นรายการประจำวันเหมือนรายการ TV Shopping ปกติ

ตัวอย่างรายการและเรตติ้งวันช้อปปิ้งใหญ่ 11 พฤศจิกายน 2564

รายการ	ช่อง	เวลาออกอากาศ	เรตติ้งเฉลี่ยทั่วประเทศ	ยอดผู้รับชมเฉลี่ยต่อนาที
ช้อปปิ้ง 11.11 บิ๊ก เกมโชว์ เล่นได้ให้ล้าน	7HD	18:01 - 19:01	2.997	1,932,000
ลาซาต้า 11.11 ซูเปอร์ โชว์	One		1.846	1,190,000
ช้อปปิ้ง 11.11 บิ๊ก เกมโชว์ เล่นได้ให้ล้าน	เวิร์คพอยท์ทีวี		1.220	786,000

ที่มา: AGB Nielsen Media Research

จากข้อมูลของวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 แสดงให้เห็นว่า ทั้ง Shopee และ Lazada เจาะเข้าหากกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ดิจิทัลในช่วงเวลา 18.00-19.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาไพรม์ไทม์ที่มีผู้ชมสูงสุดของวัน โดยใช้กลยุทธ์เช่าเวลากับ 3 ช่องรายการ ได้แก่ ช่อง 7HD ช่อง One และช่องเวิร์คพอยท์ทีวี ซึ่งผังรายการปกติเป็นรายการวาไรตี้เกมโชว์ประเภทรายการประกวดร้องเพลง ซึ่งได้แก่ รายการ “ร้องต้องรอด แสตนด์ ชิงเกอร์” ทางช่อง 7HD รายการ “ดวลเพลงชิงทุน” ทางช่อง One และรายการ “ไมค์หมดหนี้ นักร้องนำโชค” ทางช่องเวิร์คพอยท์ทีวี ซึ่ง Lazada เช่าเวลาจัดรายการที่ช่อง One ส่วน Shopee เช่าเวลา 2 ช่อง คือ ช่อง 7HD และช่องเวิร์คพอยท์ทีวี โดยออกอากาศรายการเดียวกัน เพื่อเจาะเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้กว้างขึ้นตามฐานผู้ชมที่แตกต่างของแต่ละช่อง ทั้งนี้รายการโปรโมทกิจกรรมช้อปปิ้งออนไลน์ประเภทนี้ กลายเป็นรายการประจำเดือนที่เกาะกระแสวันช้อปปิ้งประจำเดือน เช่น วันที่ 9 เดือน 9 วันที่ 10 เดือน 10 หรือวันที่ 12 เดือน 12 ด้วย

โดยสรุปสามารถวิเคราะห์ได้ว่า โทรทัศน์ดิจิทัลยังเป็นสื่อช่องทางสำคัญในการเข้าถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากที่สุดช่องทางหนึ่ง ทำให้แพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์รายใหญ่ๆ ต้องโปรโมทกระตุ้นการขายผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลเพื่อหวังผลการรับรู้แคมเปญ และสิทธิพิเศษในช่วงเวลาที่ต้องการ นอกเหนือจากการโฆษณาขายสินค้าในช่วงเวลาโฆษณาปกติ ประกอบกับแนวโน้มรายได้จากมูลค่าโฆษณาสื่อในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 และปัญหาทางเศรษฐกิจ ยังเป็นปัจจัยสำคัญทำให้บรรดาโทรทัศน์ดิจิทัลต้องหันมาปรับกลยุทธ์เพิ่มช่องทางสร้างรายได้ ด้วยการจัดรายการทีวีช้อปปิ้งในผังรายการประจำวันนอกเหนือจากช่วงโฆษณามากขึ้นด้วยเช่นกัน