

บทบาทใหม่ “เอโทม มีเดีย”

จากคลื่นวิทยุ...

สู่ผู้ผลิตรายการทีวี

อ่านหน้า 20

บทบาทใหม่ เอโทม มีเดีย

จาก ‘คลื่นวิทยุ’ ...สู่ผู้ผลิตรายการทีวี

สัมภาษณ์

เมื่อเทคโนโลยีและช่องทางการสื่อสารเพิ่มจำนวนขึ้น ความสนใจผู้บริโภคไม่ได้ยึดติดอยู่กับสื่อหลัก ทีวี วิทยุอีกต่อไป ดังนั้น การปรับเปลี่ยนตัวเอง ด้วยการพยายามต่อยอดธุรกิจจากวิทยุไปยังสื่ออื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องของบริษัท เอโทม มีเดีย จำกัด จึงค่อย ๆ ชัดเจนขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

และวันนี้บทบาทใหม่ของเอโทมฯ ก็กำลังเพิ่มขึ้น ด้วยการก้าวเป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อสนับสนุนบริษัทแม่ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ที่เพิ่งประมูลช่องทีวีดิจิทัลได้ 2 ช่อง

“สายทิพย์ มนตรีกุล ณ ออยุธยา” ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายธุรกิจสื่อ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ระบุว่า ขณะนี้ธุรกิจของเอโทมฯค่อนข้างซับซ้อน จากเดิมที่ดูแลการบริหารจัดการเฉพาะคลื่นวิทยุ และมีสัดส่วนรายได้มาจากวิทยุเป็นหลัก โดยปีนี้เตรียมจะเพิ่มบทบาทใหม่ จากกรณีที่บริษัทแม่ประมูลช่องทีวีดิจิทัลมาได้ 2 ช่อง

คือ ไร่ตี้ ประเภทเอชดี และวไรตี้เอสดี ทำให้ทีมงานส่วนหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มกรีนชานแนล ต้องเข้าไปสนับสนุนการทำรายการใหม่ ๆ รองรับทีวีดิจิทัล

เธอบอกว่า วันนี้ทีมงานช่องกรีนชานแนลต้องเตรียมรายการใหม่เพื่อรองรับทีวีดิจิทัล ซึ่งเอโทมฯเตรียมนำ

คอนเทนต์ที่ประสบความสำเร็จจากช่องกรีนชานแนลไปออกอากาศผ่านทีวีดิจิทัลด้วย อาทิ คลับฟรายเดย์ เดอะซีรีส์ เป็นต้น

เท่ากับว่า วันนี้ธุรกิจของเอโทมฯได้คาบเกี่ยวไปกับการทำงานของทีวีดิจิทัลด้วย แต่รายได้หลัก ๆ ก็ยังมาจากวิทยุเช่นเดิม

ควบคู่กันนี้ เอโทมฯยังได้มีการพัฒนาต่อยอดไปในหลายธุรกิจ และแตกไลน์เพิ่มขึ้น ปัจจุบันมี 5 กลุ่ม ได้แก่ วิทยุ ทีวีบิซ

ค้าเพลง ช่องทีวีดาวเทียม “กรีนชานแนล” และเอโทม-ทราเวลเลอร์

สายทิพย์ยืนยันว่า สำหรับคลื่นวิทยุปีนี้ยังโฟกัส 3 คลื่นหลัก ได้แก่ กรีนเวฟ 106.5 เอฟเอ็ม ซิลล์ 89 ชม เทียว ซ็อบที่เริ่มเมื่อปีก่อน และ 94 เอฟเอ็ม ซึ่งปี 2556 ถือเป็นปีที่ธุรกิจวิทยุเติบโตดี เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่คาดว่าปีนี้จะคงที่เช่นเดียวกับภาพรวมธุรกิจวิทยุที่ไม่มีอัตราการเติบโต โดยบริษัทเองก็ยังไม่มีการปรับขึ้นราคาโฆษณาแต่อย่างใด

“การต่อยอดธุรกิจจากรายการคลับฟรายเดย์ฯ ของคลื่น 106.5 เอฟเอ็ม ที่ให้ผู้ชมที่บ้านโทรทัศน์เข้ามาเล่าประสบการณ์มุมมองความรักของแต่ละคน และนำเรื่องราวมาสร้างเป็นซีรีส์ ภายใต้ชื่อคลับฟรายเดย์ เดอะซีรีส์ ซึ่งปีนี้เตรียมจะสร้าง “คลับฟรายเดย์ เดอะซีรีส์ ซีซั่น 4” ปัจจุบันอยู่ระหว่างเตรียมงาน โดยซีซั่น 4 นี้จะออกอากาศทั้งทีวีดิจิทัลและช่องกรีนชานแนลด้วย”

สำหรับธุรกิจ 2 ทีวีบิซ “สายทิพย์” ระบุว่า ตลาดทั้งปีเตรียมจะจัดคอนเสิร์ต 9 งาน ครั้งปีแรกวางไว้ 3 คอนเสิร์ต ได้แก่ Nantida The Show Must Go On ที่จะ

จากเดิมที่บริหารจัดการเฉพาะคลื่นวิทยุ
ปีนี้เตรียมจะเพิ่มบทบาทใหม่
จากกรณีของบริษัทแม่ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่
ประมวลช่องทีวีดิจิทัลมาได้ 2 ช่อง



สายทิพย์ มนตรีกุล ณ ออยุธยา

จัดขึ้นต้นกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา แต่ต้องเลื่อนไปจัดในเดือนกรกฎาคม เพื่อความสะดวก

และความปลอดภัยของผู้ชม ตามด้วย Turn Back Time with Tata Concert ในวันที่ 22 มีนาคมนี้ อีก 1 คอนเสิร์ตเตรียมแถลงข่าวปลายเดือนนี้ แต่ตัวคอนเสิร์ตเองจะจัดขึ้นในเดือนพฤษภาคม ส่วนคอนเสิร์ตสามแยกปากหวาน 3 เป็นคอนเสิร์ตที่เลื่อนยาวมาตั้งแต่ปีก่อน จะจัดขึ้นในเดือนกรกฎาคม ขณะที่รายละเอียดของคอนเสิร์ตในครั้งปีหลัง ยังอยู่ระหว่างการวางแผน

ธุรกิจที่ 3 คือค่ายเพลงจีเอ็มเอ็ม-เอ ที่มีศิลปินในสังกัด 2 คน คือว่าน ธนภุต และออฟ ปองศักดิ์ อยู่ระหว่างการเตรียมงานอัลบั้มใหม่ ต่อด้วยธุรกิจที่ 4 คือช่องกรีนชานแนลออกอากาศผ่านแพลตฟอร์มทีวีดาวเทียม

สายทิพย์บอกว่า ธุรกิจสุดท้าย “เอไอเอ็ม ทราเวลเลอร์” ที่เป็นรูปแบบทัวร์ ซึ่งเป็นการ

เมดทูออร์เดอร์ ปีนี้คาดว่าจะเติบโตมากกว่าปีก่อน เพราะตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมามีลูกค้า (แบรนด์สินค้า) เพิ่มขึ้นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นองค์กรใหญ่

“ธุรกิจบันเทิงถือว่าเป็นธุรกิจที่ยากอยู่แล้ว การสร้างสรรค์งานหนึ่งงานก็ต้องใช้เวลาเตรียมตัวเป็นปี แต่ถ้ามีสถานการณ์อะไรขึ้น ก็ต้องปรับตัวไปตามสถานการณ์นั้น ๆ สิ่งที่ต้องทำต่อเนื่อง คือทำทุกอย่างให้เต็มที่ มีอะไรที่ต้องแก้ ก็ค่อย ๆ แก้ไขกันไป”

ทั้งหมดเป็นเพียงจุดเริ่มต้นเล็ก ๆ ในการพิสูจน์ฝีมือของเอไอเอ็ม มีเดีย อีกครั้งหนึ่ง