

# 'จีเอ็มเอ็มแซนแนล'เทพันล.วาง3ปีชิงท็อปไฟว์ทีวีดิจิทัล

จีเอ็มเอ็ม แซนแนล เปิดตัวผังใหม่ ต.ค.เจาะกลุ่มแมส แฟนคลับเครือข่ายจีเอ็มเอ็ม อดงบลลงทุนพันล้านต่อปี วางเป้าผู้นำเรตติ้ง 1 ใน 5 ช่องทีวีดิจิทัล

นางสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยู่ธยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท จีเอ็มเอ็ม แซนแนล จำกัด ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประเภทว่าไรตี้ เอสดี ช่อง 25 "จีเอ็มเอ็ม แซนแนล" เปิดเผยว่าหลังจากเริ่มต้นทดลองออกอากาศทีวีดิจิทัล ในเดือนพ.ค.ที่ผ่านมา ขณะนี้บริษัทได้เตรียมเปิดตัวอย่างเป็นทางการ พร้อมผังรายการใหม่ในเดือนต.ค.นี้ โดยวางสัดส่วนผังรายการข่าว 20% รายการสาระและความรู้ 30% รายการวาไรตี้ ละคร และซีทคอม 40% และกีฬา 10%

ทั้งนี้ การบริหารช่องทีวีดิจิทัลดังกล่าว ใช้งบลงทุนปีละประมาณ 1,000 ล้านบาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายค่าใบอนุญาตประมาณ 500 ล้านบาท และค่าผลิตคอนเทนต์ 500 ล้านบาท โดยหลังจากเปิดตัวผังใหม่ในเดือนต.ค.นี้ จะเสริมรายการใหม่ต่อเนื่อง วางเป้าหมายก้าวขึ้นเป็นผู้นำเรตติ้ง 1 ใน 5 ช่องทีวีดิจิทัลภายใน 3 ปี และมีรายได้คุ้มทุนภายใน 3-5 ปี

สำหรับผังรายการเดือน ต.ค. มีรายการรีรันลดจากสัดส่วน 40% เหลือ 15% โดยนำคอนเทนต์รายการจากช่องทีวีดาวเทียมของแกรมมี่ ที่ได้รับความนิยมมาผลิตใหม่เพื่อออกอากาศทางช่องทีวีดิจิทัล คิดเป็นสัดส่วน 20-25% ของผังรายการทั้งหมด เช่น แคนเต้ซ่า ซีรีส์ฮอว์โมน ซีรีส์คลับพายเดย์ เป็นต้น โดยคิดเป็นสัดส่วนรายการที่แกรมมี่ผลิตเองกว่า 50%

การเปิดตัวจีเอ็มเอ็มแซนแนลในเดือนต.ค.นี้ ถือเป็นการรุกธุรกิจทีวีดิจิทัลแบบเต็มรูปแบบนับตั้งแต่เริ่มทดลองออกอากาศในชื่อช่องบีทีก่อนหน้านั้น โดยกำหนดราคา

โฆษณาเฉลี่ย 25,000-30,000 บาทต่อนาที การทำตลาดมีการขายเป็นแพ็คเกจร่วมกับการทำกิจกรรมรูปแบบ "อีเวนท์ เทเลวิชั่น" ตอบโจทย์การสื่อสารครบวงจร

"จีเอ็มเอ็ม แซนแนล วางกลุ่มเป้าหมายผู้ชมเจาะตลาดแมส กลุ่มที่เป็นแฟนคลับผลิตภัณฑ์ของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มากกว่า 30 ปี ตั้งแต่กลุ่มเด็กถึงผู้ใหญ่ทั้งการ์ตูนเพลง คอนเทนต์บันเทิง ทำให้ช่องจีเอ็มเอ็มมีฐานผู้ชมชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้นออกอากาศ" นางสายทิพย์ กล่าว

สำหรับคอนเทนต์ใหม่ๆ ที่โดดเด่นของช่องจีเอ็มเอ็ม เช่น วาไรตี้ซี่ซ่า จาก 4 พิธีกร คือ โอปอล์ ปาณิสรา, เผือก พงศธร, เอกกี้ เอกชัย และอ้อม สุณิสา รายการเรียลลิตี้ "เกเรียน Possible" บันเทิงเกเรียนให้เกิด GMM News รายการข่าว นำเสนอแบบทันสมัย ด้วยผู้ประกาศข่าวที่มีชื่อเสียง เช่น ภูวนาท คุณผลิน, เปปเปอร์ รัฐศาสตร์ กรสูต, นาเดีย โสณกุล เป็นต้น

การเริ่มต้นออกอากาศทีวีดิจิทัลในปีนี้มีอุปสรรคหลายด้าน โดยเฉพาะการแจกใบอนุญาตซื้ออุปกรณ์รับชมทีวีดิจิทัลล่าช้า อีกทั้งต้องรอการขยายโครงข่าย (Mux) ส่งสัญญาณให้ครอบคลุมพื้นที่ภายใน 2 ปี รวมถึงเรื่องของปัญหาช่อง 3 อนาคตว่า จะจอดำหรือไม่ แต่ถือเป็นเรื่องปกติของการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปสู่ดิจิทัล

"กรณีช่อง 3 อนาคตจะจอดำในโครงข่ายเคเบิลและดาวเทียมหรือไม่ในปลายเดือน ก.ย.นี้ เป็นเรื่องปกติที่เป็นปัญหาของการเปลี่ยนผ่านจากอนาล็อกสู่ดิจิทัล ซึ่งผู้ประกอบการมีความกังวลกับปัญหาที่เกิดขึ้นเช่นกัน เพราะอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัลโดยรวม"