

# จีเอ็มเอ็ม แชนแนล พรอมลุย มั่นใจคอนเทนต์แกรมมี่ครบ

## ▶ สมาร์ท มีเดีย

จะเรียม สารจจ

เคลือบจากเตรียมความพร้อมมาพักใหญ่ ถึงวันนี้ช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล พร้อมแล้วที่จะออกมาเปิดศึกชิงฐานผู้ชมร่วมกับทีวีดิจิทัลช่องธุรกิจทั้ง 24 ช่อง ด้วยการชูความแข็งแกร่งความเป็นตัวตนของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ที่อยู่คู่กับคนไทยมานานกว่า 30 ปี เป็นจุดขายไม่ว่าจะเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ ประสบการณ์ด้านความบันเทิง หรือคอนเทนต์ต่างๆ

ความเป็นตัวตนของแกรมมี่ เป็นสิ่งที่ช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล พยายามนำเสนอสู่สายตาประชาชนทั่วประเทศ และถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มแฟนคลับของแกรมมี่ที่มีอยู่ทั่วประเทศ ภายใต้สโลแกน “สนุกทุกวัน อยู่ด้วยกันทุกเวลา”

สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร จีเอ็มเอ็ม แชนแนล บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ กล่าวว่า แผนการดำเนินธุรกิจของช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ บริษัทได้เตรียมงบลงทุน 300-400 ล้านบาท เพื่อใช้ในการผลิตคอนเทนต์ให้กับช่องและลดรายการที่ออกอากาศรีรัน ซึ่งตอนนี้มีสัดส่วน 40% ให้เหลือ 10% หลังจากเดือน ต.ค.นี้ ด้วยการปรับผังรายการใหม่ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ที่ช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล จะนำมาปรับผังรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชม คือ การวิเคราะห์กลุ่มผู้ชมว่าเป็นใคร จากฐานแฟนคลับของแกรมมี่ที่มีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อผลิตรายการให้สามารถตอบโจทย์คนเหล่านั้นได้ทุกช่วงอายุ

“รายการที่เรามีอยู่ในตอนนี้มีทั้งการ์ตูน รายการเพลงวัยรุ่น หรือแม้แต่เพลงแนวเรโทรเก่าๆ เรียกได้ว่า

สามารถรับชมช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล ได้ทุกช่วงอายุ ซึ่งหลังจากวิเคราะห์กลุ่มผู้ชม ทำให้เราพบว่าแฟนคลับของเรามีบุคลิกที่รักความสนุกและความบันเทิง โดยหลังจากทยอยปรับผังรายการในช่วงเดือน ต.ค.นี้ไปหนึ่งครั้ง ในเดือน ม.ค. จะปรับผังรายการให้เหมาะสมอีกครั้ง”

สำหรับกระแสการตอบรับของช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล ในช่วงแรก สายทิพย์ ยอมรับว่ายังไม่เป็นที่น่าพอใจมากนัก เนื่องจากเรตติ้งอยู่ในอันดับที่ 20 แต่หลังจากนำซีรีส์ฮอว์ไทม์ ปี 2 มาออกอากาศ พบว่า ช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล ได้รับความนิยมขึ้นมาเป็นอันดับที่ 11 และเป็นอันดับ 5 ในฐานผู้ชมอายุ 15-19 ปี

ปัจจุบัน สัดส่วนรายการของช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล เป็นรายการจากเซทเทิลไลต์ที่นำมาปรับการผลิตใหม่ 20-25% รายการข่าวบันเทิงและข่าวทั่วไป 30% รายการเรียลตี้ เกมโชว์ ละคร และซีทคอมอีก 40% และส่วนที่เหลืออีก 10% จะเป็นรายการกีฬา

“ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับทีวีดิจิทัลตอนนี้ ทำให้บริษัทต้องเฝ้าติดตามสถานการณ์ตลอด ซึ่งตอนนี้คิดว่าถึงเวลาที่จะดำเนินธุรกิจให้กับช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล อย่างจริงจัง

แล้ว แม้ว่าจะยังคงกังวลกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ อยู่บ้าง แต่บริษัทก็มั่นใจในคอนเทนต์ที่มีอยู่เนื่องจากแกรมมี่อยู่ด้วยความบันเทิงมาตลอด ก่อนการประมูลทีวีดิจิทัล เราก็คำนึงถึงการจะนำรายการต่างๆ ที่มีอยู่ในมือมาออกอากาศ”



สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา

สายทิพย์ กล่าวต่อว่า ตอนนี้อยู่อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลยังไม่มีความพร้อม เนื่องจากยังมีปัจจัยหลายด้านที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแจกคูปองที่ล่าช้าอย่างมาก ซึ่งหลังจากแจกแล้วก็ยังต้องรอเวลาที่จะแจกครบร้อยเปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ยังมีประเด็นในเรื่องของช่อง 3 ที่ต้องติดตามต่อไป

แม้ว่าช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล จะกังวลปัจจัยลบที่เกิดขึ้นรอบด้าน แต่จากความแข็งแกร่งของคอนเทนต์ความบันเทิงที่มีอยู่ในมือ ส่งผลให้สายทิพย์ แย้มว่าปีหน้าจะใช้งบลงทุนอีก 1,000 ล้านบาท พัฒนาคอนเทนต์เพิ่ม หลังจากเดินทางพัฒนาคอนเทนต์คุณภาพ เพื่อนำมาออกอากาศสู่สายตาประชาชน ช่องจีเอ็มเอ็ม แชนแนล ก็คาดว่าสิ้นปีจะมีรายได้อยู่ที่ 1,000 ล้านบาท และมั่นใจว่าจะถึงจุดคุ้มทุนได้ภายใน 3-5 ปี รวมทั้งมีเรตติ้งติดอันดับ 1 ใน 5 ของช่องทีวีดิจิทัลได้อย่างแน่นอน ■