

29 มกราคม 2557  
แหล่งที่มา: HOONINSIDE

ภาพรวมธุรกิจสื่อในปีนี้จะยังคงมีโอกาสเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีเม็ดเงินโฆษณาใช้จ่ายผ่านสื่อทีวีเติบโตตามไปด้วย และบริษัทจะบริหารจัดการรายได้และต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ

การเมืองไทย ยังไม่คลี่คลาย แต่สงครามธุรกิจ ยังคงแข่งขันกันตลอดเวลา ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์..ห่วงเพลานี้ การแข่งขันที่ดุเดือดมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง สำหรับธุรกิจทีวี ดิจิตอล เส้นทางทำเงิน ทำทอง ที่ไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ...

ก่อนหน้านี้ PwC ประเทศไทย คาดการณ์ถึงแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของประเทศไทยว่า จะขยายตัวอย่างแข็งแกร่งในอีก 5 ปีข้างหน้า หลังรายงานล่าสุดพบว่า การใช้จ่ายด้านสื่อและบันเทิง (Entertainment and Media spending) จะมีมูลค่าสูงถึง 1.48 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 463.2 แสนล้านบาท ภายในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 9.7 พันล้านดอลลาร์ในสิ้นปี56 โดยได้รับผลบวกจากการขยายตัวของการใช้งานทางอินเทอร์เน็ต (Internet access) และงบโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ (TV advertising) ที่เพิ่มสูงขึ้น

PwC ยังคาดว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR 2556-60) ของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทยจะอยู่ที่ 11.3% ไปในระยะเวลาอีก 5 ปีข้างหน้า ถือเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุดเป็นอันดับที่ 4 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจาก อินโดนีเซีย 17.1%, ฟิลิปปินส์ 14.8% และเวียดนาม 13.5% นอกจากนี้ ยังสวนทางกับการเติบโตแบบ Single digit ของตลาดที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐฯ ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยที่ 4.8% และยุโรปที่ 3%

ค่ายยักษ์ใหญ่แห่งวงการบันเทิง ที่เปิดตลาด ทำสงครามธุรกิจ สงครามเพลง สงครามหุ้นที่โหดเหี้ยมมากที่สุด ไม่แพ้ ค่ายRS ของกลุ่มทุน เซมูโชนิคส์+วีไอ คู่อใจอย่าง โรสตัน วนิชวรากิจและคนในครอบครัว

วันนี้ RS มีแผนจะใช้กลยุทธ์รุกสู่การเป็น Media Revolutionist 2014 ผู้ปฏิวัติการสร้างสรรค์ผลงานบันเทิงคุณภาพด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ถือเป็นการต่อยอดความสำเร็จจากการสร้าง Multi Content Media Network ในปีที่ผ่านมาจนทำให้บริษัทฯ มีความแข็งแกร่งทางด้านเครือข่ายความบันเทิง (The Entertainment Network) ที่สอดรับทั้งไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคและโมเดลธุรกิจใหม่ ซึ่งปัจจุบันประกอบไปด้วย 3 ธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจมีเดีย ธุรกิจเพลง และธุรกิจโชว์บิซ

การเป็น Media Revolutionist 2014 คือ การพัฒนาคอนเทนต์ให้มีคุณภาพ เข้าถึงได้ง่าย หลากหลาย เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย และ Synergy กันระหว่างกลุ่มทุกธุรกิจทั้งคอนเทนต์และมีเดีย

RS ตั้งเป้าปีนี้จะมียายได้รวมอยู่ที่ 5,000 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 12% โดยรายได้เติบโตประมาณ 43% เมื่อเทียบกับปีก่อน แบ่งสัดส่วนรายได้มาจากธุรกิจมีเดีย 73% ธุรกิจเพลง 13% และธุรกิจโซวบีช 14% โดยมุ่งให้ความสำคัญกับ 3 ธุรกิจหลัก อันได้แก่ ธุรกิจมีเดีย ตั้งเป้ากวาดรายได้ 3,650 ล้านบาท ประกอบด้วย ธุรกิจดิจิทัลฟรีทีวีที่มี “ช่อง 8” เป็นหัวหอกสำคัญ โดยเตรียมรายการบันเทิง รายการข่าว และละครใหม่ ไว้รอออกอากาศเป็นช่องดิจิทัลเอสดียในเดือนเมษายนนี้

ธุรกิจแซทเทลไลท์ทีวีซึ่งเป็นธุรกิจดาวเด่นในปีที่ผ่านมา ได้แก่ ช่องสมาชิกทีวีที่ครองแชมป์เรตติ้งอันดับ 1 ช่องแซทเทลไลท์ทีวีกลุ่มมิลลิคต่อเนื่อง 4 ปีซ้อน ช่องสตาร์แม็กซ์ที่เพอร์เฟกต์เป็น “ช่อง 2” เพื่อการจดจำง่าย เข้าถึงง่าย ด้วยกลยุทธ์การ ไปอยู่ที่หมายเลข 2 ในกลุ่มรับสัญญาณดาวเทียมให้มากที่สุด ช่องยู แชนแนล (You Channel) ช่องของคนรักดนตรี 24 ชั่วโมง สำหรับทุกเพศทุกวัย ที่มาพร้อมกับกิจกรรมใหม่ๆตลอดทั้งปี และช่องซัน แชนแนล ลาลิกา (Sun Channel LaLiga) ภายใต้ออนแอร์ปัด Extreme Entertainment Variety ที่ยังคงเน้นการถ่ายทอดสดฟุตบอลลาลีกาสเปน เพื่อรองรับฐานผู้ชมคนรักกีฬาที่เหนียวแน่น

นอกจากนี้ ยังเตรียมเปิดตัวช่องใหม่ชื่อ ช่องเวิร์ค คัพ แชนแนล (World Cup Channel) ซึ่งจะใช้ศักยภาพของคอนเทนต์กีฬาระดับโลกอย่างการแข่งขันฟุตบอลโลก 2014 ที่จะเกิดขึ้นในเดือนมิถุนายนและเดือนกรกฎาคมนี้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ด้าน ธุรกิจวิทยุในปีนี้มี Cool Fahrenheit 93 เป็นหัวหอกสำคัญ โดยมีเป้าหมายรักษาระดับคลื่นวิทยุ เรตติ้งยอดนิยมนับ 1 ในกลุ่ม Easy Listening ต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี ส่วนของธุรกิจเพลงตั้งเป้ารายได้ 650 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนรายได้ 13% โดยมีค่ายเพลงยอดนิยมนอย่าง เยส มิวสิค (Yes! Music) การ์เด้น มิวสิค (Garden Music) ค่ายกามิกาเซ่ (Kamikaze) ค่ายเดอะเดโม (The Demo) และค่ายอาร์สยาม ผลิตผลงานเพลงที่มีคุณภาพ ถูกใจคนฟังทุกกลุ่มทุกวัย

สำหรับธุรกิจโซวบีชที่ต่อยอดมาจากธุรกิจเพลง ตั้งเป้ารายได้ 700 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 14% ของรายได้รวม ซึ่งจะมีคอนเสิร์ตและอีเวนต์มากมายให้ได้ติดตามตลอดทั้งปี

“ภาพรวมธุรกิจสื่อในปีนี้จะยังคงมีโอกาสดเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีเม็ดเงินโฆษณาใช้จ่ายผ่านสื่อทีวีเติบโตตามไปด้วย และบริษัทฯ จะบริหารจัดการรายได้และต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและแผนงานที่วางไว้”

นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ ประธานกรรมการบริษัท และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อีเอส จำกัด (มหาชน) RS กล่าว --- หุ่นอินไซด์ ฉบับวันที่ 29 มกราคม 2557