



จักรพงษ์ จักรจุฑาธิบดี JKN คอนเทนต์พันล้าน

โอกาสทางธุรกิจในวันภาพยนตร์ชุดที่ลูกเก้าเก้าร้านเข้าวัดไอคอนพบได้รับการต่อยอดจากกิจการครอบครัวสู่ผู้นำด้านการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ในอาณาจักรคอนเทนต์ พร้อมส่งออกความภาคภูมิใจของไทยไปยังทั่วโลก

“เรามักจะเปรียบเทียบตัวเองเสมอว่า เราขายยาเสพติดทางสายตา เราต้องทำให้คนติดได้ตลอดเวลา” **จักรพงษ์ จักรจุฑาธิบดี** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร **บริษัท เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)** เริ่มต้นเล่าถึงหัวใจสำคัญของธุรกิจที่ตกผลึกจากประสบการณ์บนเส้นทางการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์เกือบ 20 ปี

กว่าบริษัทจะเติบโตกลายเป็นผู้นำการจัดจำหน่ายที่มีลิขสิทธิ์จำนวนมากที่สุดในประเทศไทยไม่ใช่เรื่องง่าย หากแต่เริ่มต้นจากพรสวรรค์และพรแสวงที่หล่อหลอมจักรพงษ์ในฐานะบุตรชายคนโตของร้าน **“ST Video”** ซึ่งดำเนินกิจการให้เช่าและจำหน่ายวีดีโออย่างขยันขันแข็งที่ท่าให้เขาได้รับชมภาพยนตร์ทั้งร้านจนซึมซับเข้าไปในสัญชาตญาณ

จักรพงษ์เลือกศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาที่ Sydney ประเทศออสเตรเลีย และเริ่มต้นทำงานพิเศษสร้างตัวตั้งแต่วัย 15 ปี โดยใช้เวลาศึกษามหาวิทยาลัยเพียง 2 ปีก็สามารถคว้าปริญญาตรีด้านรัฐศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ Bond University และเดินทางกลับประเทศไทยเพื่อสานต่อกิจการครอบครัวในวัยเพียง 20 ปี



ภาพจากสารคดี *Walking with Dinosaurs* คอนเทนต์เรื่องแรกที่จักรพงษ์นำเข้ามาทำตลาดในไทย (Credit: bbc.com)

ในช่วงเวลาที่วิดีโอกำลังใกล้ถึงทางตัน โดยมีแผ่นวีซีดีและดีวีดีพัฒนาการขึ้นแทนที่ ภายากรุ่น 2 ของร้าน ST Video ซึ่งดีใจที่คุณค่าแท้จริงของผลิตภัณฑ์ได้สำเร็จ ด้วยการมองวิดีโอและแผ่นซีดีเป็นเพียงอุปกรณ์การสื่อสารที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา จักรพงษ์จึงตั้งต้นค้นหาความสนใจด้านการรับชมสาระและบันเทิงในฐานะผู้ชม

ในที่สุดเขาตัดสินใจติดต่อ BBC ประเทศอังกฤษเพื่อขอซื้อลิขสิทธิ์สารคดี *Walking with Dinosaurs* เพื่อนำมาแปลภาษาและจัดทำปกซีดีออกขายให้ร้านวิดีโอ แต่ไม่มีครีมนำจำหน่าย แม้จะต้องเผชิญกับอุปสรรคแต่จักรพงษ์เลือกที่จะมองหากทุกความเป็นไปได้ จนกระทั่งค้นพบโอกาสแจ้งเกิดทางธุรกิจบนจอโทรทัศน์ สร้างยอดขายถล่มทลายมากกว่า 10 ล้านบาทในวัยไม่ถึง 21 ปี

จักรพงษ์นำเข้าลิขสิทธิ์สารคดี BBC เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมขยายต่อไปยัง National Geographic และ Discovery Channel ซึ่งได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดีและประสบความสำเร็จด้านยอดขายเรื่อยมา

ธุรกิจนำเข้าส่งออก

แม้จักรพงษ์จะสามารถสร้างความแข็งแกร่งในกลุ่มสารคดีต่างประเทศ แต่เขายังคงมองหาโอกาสสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง หลังจากตกผลึกธุรกิจจึงค้นพบว่า “คอนเทนต์”

“หลังจากตัดต่อซื้อลิขสิทธิ์ระยะหนึ่งจึงตกผลึกถึงสิ่งที่เราทำ คือการส่งต่อคอนเทนต์ไปยังผู้ชม ด้วยเครื่องมือสื่อสารที่หลากหลาย”

ผลการดำเนินงานแบ่งตามสัดส่วนรายได้ของ JKN



สำหรับการจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ของบริษัทในปัจจุบันครอบคลุมช่องทางการเผยแพร่ 5 ช่องทาง ได้แก่

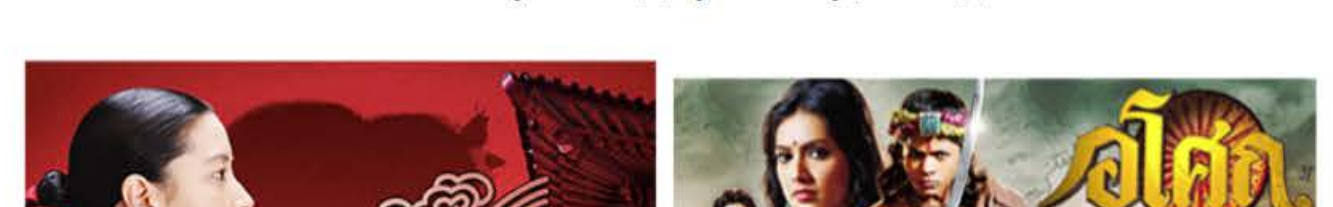
- 1.สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล (DTT : Digital Terrestrial TV)
- 2.สถานีโทรทัศน์ระบบเคเบิลและดาวเทียม (Cable & Satellite)
- 3.โฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (Home Entertainment) เช่น แผ่น DVD หรือ Blu-ray
- 4.ระบบช่องสัญญาณทางอินเทอร์เน็ตหรือวิดีโอออนดีมานด์ (VOD : Video On Demand)
- 5.สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง (Merchandise)

ขณะที่การดำเนินธุรกิจของบริษัทแบ่งเป็น 3 ธุรกิจ ได้แก่ บริการและจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ ทั้งการซื้อและนำเข้าลิขสิทธิ์ในประเทศ-ต่างประเทศ, บริการเวลาเพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม (Satellite) ของบริษัท และสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล สุดท้ายคือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าประเภท Home Entertainment (DVD, Blu-ray)

จักรพงษ์ให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจให้บริการและจำหน่ายลิขสิทธิ์คอนเทนต์ซึ่งเป็นกลุ่มรายได้หลักของบริษัท โดยบริษัทจะดำเนินการแปลและพากย์เสียงเป็นภาษาไทยก่อนจำหน่ายแบบ B2B ให้กับลูกค้าในประเทศ ประกอบด้วย บริษัทที่ประกอบธุรกิจสถานีโทรทัศน์, Home Entertainment และธุรกิจ VOD

ด้านลิขสิทธิ์คอนเทนต์ของบริษัทแบ่งเป็น 8 กลุ่มตามลักษณะรายการ รวมถึงเนื้อหาและแหล่งที่มาของลิขสิทธิ์คอนเทนต์ ได้แก่

1.เจเคเอ็น ออริจินอล (JKN Originals) สารคดีเฉลิมพระเกียรติพระบรมวงศานุวงศ์ ซึ่งบริษัทได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตจากสำนักพระราชวังในการจัดทำร่วมกับ National Geographic



สารคดีเฉลิมพระเกียรติ "My King-ในหลวงของเรา ความสุข ความทรงจำ นิรันดร" ซึ่ง JKN จัดทำร่วมกับ National Geographic

2.กลุ่ม Asian Fantasy ซีรีส์ และภาพยนตร์ จากประเทศในเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ อินเดีย ฟิลิปปินส์ จีน เป็นต้น โดยเป็นกลุ่มลิขสิทธิ์คอนเทนต์ของบริษัทที่มีความต้องการจากลูกค้ามากที่สุด เช่น *สี่ดราม่า*, *ศึกกริมหลวงกา*, *รามเกียรติ์*, *จุมง มหาบุรุษकुนิลสังข์*, *มูฮุย มหาบุรุษพิชิตแผ่นดิน* เป็นต้น



3.กลุ่ม Hollywood Hit ซีรีส์และภาพยนตร์จากประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งประเภทแอคชั่น สืบสวน สอบสวน และแฟนตาซี ซึ่งเป็นที่รู้จักของผู้ชมในประเทศ เช่น CSI, Walking Dead, NCIS LA



4.I-Magic The Project สารคดีสัตว์โลก ธรรมชาติ เชิงประวัติศาสตร์ ชีวประวัติบุคคลสำคัญระดับโลก ซึ่งบริษัทซื้อและนำเข้าจากผู้ผลิตสารคดีระดับโลก เช่น *Last day of dinosaurs*, *พระพรเจ้า*, *สงครามโลกครั้งที่ 2* เป็นต้น

5.Kids Inspired การ์ตูนต่างประเทศ **6.Music Star Parade** คอนเทนต์คอนเสิร์ต **7.News** ข่าวต่างประเทศ **8.กลุ่ม Super Show** คอนเทนต์รายการตลกในประเทศ รวมถึงรายการแข่งขันต่างๆ โดยบริษัทมีจำนวนคอนเทนต์รวม ณ เดือน มีนาคม 2560 จำนวนมากกว่า 6,000 เรื่องรวมมูลค่าธุรกิจ 116 พันล้านบาท

ตลาดทุนติดปีกคอนเทนต์

รสนิยมการเสพละครหรือภาพยนตร์ชุดที่ใกล้เคียงกันระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้จักรพงษ์เล็งเห็นโอกาสการซื้อลิขสิทธิ์เพิ่มเติมให้ครอบคลุมไปยังประเทศอื่น เช่น เมียนมา และกัมพูชา เพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

“เราต้องการเป็นผู้นำอันดับ 1 ในการจัดจำหน่ายคอนเทนต์ระดับโลก โดยเริ่มขยายไปยังประเทศเมียนมา และกัมพูชา พร้อมทั้งกระโดดเงินทุนขยายงานต่างๆ ของบริษัท ซึ่งเราใช้เวลาประมาณ 3 ปีในการเตรียมตัวแปลงจากบริษัทจำกัดเป็นมหาชนและเข้าตลาดหลักทรัพย์”



บริษัทพร้อมนำเงินระดมทุนต่อยอดการดำเนินงานการลงทุนลิขสิทธิ์ CNBC ซึ่งบริษัทได้รับสิทธิจาก **National Broadcasting Company Universal (NBC)** ในปี 2559 มีระยะเวลา 10 ปี (2560-2570) ส่วนหนึ่งเพื่อนำคอนเทนต์รายการของ CNBC จากต่างประเทศมาติดต่อ แปล และพากย์เสียง เพื่อจำหน่ายแบบ B2B เช่นเดิม ปัจจุบันมีลูกค้า คือ ช่อง 3 และ Bright TV อีกส่วนหนึ่งคือ บริษัทได้รับสิทธิผลิตรายการในไทยตามรูปแบบเดียวกับ CNBC ในลักษณะเข้าธุรกิจการลงทุนเพื่อออกอากาศผ่านช่อง JKN CNBC

สำหรับแผนการนำเข้าและจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์ในอนาคต จักรพงษ์ให้ความสนใจคอนเทนต์จากบอลลิวูดเป็นพิเศษ เพราะเป็นคอนเทนต์ที่ผูกพันใกล้ชิดกับคนไทยในทางวัฒนธรรมเสมอมา

“การแข่งขันเป็นเรื่องปกติธรรมดาของทุกอุตสาหกรรม แต่เรามั่นใจในระยะยาวการดำเนินงานในประเทศไทยปีนี้เข้าสู่ปีที่ 18 ทำให้เรามองออกว่าคอนเทนต์เหล่านี้เราจะขายใครและขายได้หมด ด้วยกลยุทธ์หลากหลาย เช่น งานเปิดตัว ทำเพลงประกอบ เสียงพากย์ แปล จัดงานอีเวนต์ โรดโชว์ มันเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ต้องผสมผสานกัน ไม่ใช่แค่ซื้อมาขายไป แต่เป็นการลงทุนและกลยุทธ์การตลาดที่เราทำให้ลูกค้าทั้งหมด” จักรพงษ์กล่าว

ภาพ: อรรถพล คำภูแสน