ผลงานของศิลปินท็อปไลน์ มิวสิค ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ และโซเชียลมีเดียมากขึ้น ภายใต้การบริหาร "ท็อปไลน์ ดิจิตอล" ภายใต้การนำทีมบริหารสายเลือดใหม่อย่าง "กอล์ฟ" พงษ์ศักดิ์ จริยะเอี่ยมอุดม

"จากสถิติล่าสุดคนฟังเพลงของศิลปินท็อปไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือรวมกันทั้งแอนดรอยด์ แอปเปิล ฐานลูกค้า ณ วันนี้มีมากกว่า 4 ล้านคน และมีเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง"

'ท็อปไลน์ฯ' เวอร์ชั่นใหม่ ภายใต้การนำของด็อกเตอร์ 'กอล์ฟ' พงษ์ศักดิ์ จริยะเอี่ยมอุดม

นับตั้งแต่ก่อตั้งค่าย "ท็อปไลน์ มิวสิก" จนมาถึงวันนี้มีอายุครบ 25 ปีเต็ม นายห้างใหญ่ **"ทวีชัย จริยะเอี่ยมอุดม"** ยึดมั่นกับการปักธงลงที่เพลงลูกทุ่งอีสาน หมอลำ และไม่เคยถีบตัวเองหนีจากสิ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น

ขณะเดียวกันก็เตรียมรับมือกับโลกที่เปลี่ยนไป เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความเข้าใจเทคโนโลยีใหม่มากกว่า เข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจมากขึ้น เพื่อให้ท็อปไลน์ฯ ก้าวหน้าต่อไปอย่างแข็งแรง ในยุคที่สื่อโซเชียลมีเดียเข้ามามีอิทธิพลสูงมากกับคนในโลก

วันนี้เราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้า ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เปลี่ยนไปแล้ว รูปแบบการฟังเพลงก็เปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน ธุรกิจการดาวน์โหลดเติบโตไม่หยุด และมีการฟังจากสื่อใหม่มากกว่าจากซีดี ส่งผลให้ค่ายเพลงต้องปรับตัวกันถ้วนหน้า

นายห้างที่มองการณ์ไกลจึงก่อตั้ง **"ท็อปไลน์ ดิจิตอล"** ขึ้นมาดูแลเรื่องสื่อดิจิตอลเป็นพิเศษ โดยมอบหมาย **"ด็อกเตอร์ กอล์ฟ" พงษ์ศักดิ์ จริยะเอี่ยมอุดม** ลูกชายหัวแก้วหัวแหวนที่จบปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ จากมหาวิทยาลัยอัญสัมชัญ

"ด็อกเตอร์ กอล์ฟ" พงษ์ศักดิ์ จริยะเอี่ยมอุดม กก.ผจก. ท็อปไลน์ ดิจิตอล

(ABAC) ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ จาก London South Bank University (LSBU) และปริญญาเอก ด้านบริหาร จาก Rochville University ประเทศอังกฤษ เป็นหัวเรือใหญ่พาล่องลำนาวา

ท็อปไลน์ฯ เวอร์ชั่นใหม่ ภายใต้การนำทีมของ **"กอล์ฟ-พงษ์ศักดิ์"** ไม่ธรรมดาเพียงแค่ 3 ปี มีการเจริญเติบโตทางธุรกิจต่อเนื่อง และมีการวางแผนรองรับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในอนาคตควบคู่กันด้วย

"ผมไปศึกษาเรื่องของการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตั้งใจขยายธุรกิจเพลงลูกทุ่งของเราไปสู่สากลได้ด้วย การเรียนสาขานี้มีเป้าหมายหลักที่กลับมาทำธุรกิจค่ายเพลง สมัยเด็กๆ ไม่ได้เข้ามาคลุกคลีเท่าไหร่ เพิ่งเข้ามาตอนที่เรียบจบแล้ว อยากช่วยงานคุณพ่อ อยากทำให้ท็อปไลน์ฯ ที่มีอะไรดีๆ อยู่แล้วไปสู่สากลมากขึ้น งานหลักๆ ตอนนี้กอล์ฟดูงานด้านดิจิตอล และดูงานด้านต่างประเทศ นำสิ่งที่เราเรียนรู้มาขยายงานให้กว้างขึ้น พวกที่เป็นเซอร์วิสใหม่ๆ สตรีมมิ่งเนี่ยของเราก็เข้าครบหมดทุกตัวแล้ว หรือแม้แต่เซอร์วิสที่ยังไม่เข้าประเทศไทยเราก็มีคอนแทกต์หมดแล้ว ทั่วโลกสามารถฟังเพลงท็อปไลน์ฯ หรือมีเดียต่างๆ ของเราได้เกือบทุกตัว ทั้งผ่านการดาวน์โหลด ดูผ่านยูทูป หรือตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อให้แฟนๆ ที่อยู่ต่างประเทศสามารถรับชมรับฟังได้ จุดนี้ผมวางแผนขึ้นมา และขอคุณพ่อทำซึ่งท่านก็อนุญาตให้ทำครับ"

สายเลือดใหม่ในฐานะกรรมการผู้จัดการท็อปไลน์ ดิจิตอล วิเคราะห์ต่อไปว่าอีกไม่นานการฟังเพลง และการติดตามผลงานศิลปินผ่านสื่อดิจิตอล จะเข้ามากลืนกินการติดตามผ่านซีดี ลักษณะเดียวกันกับที่ซีดีทำให้เทปคาสเซตสูญหายไปแล้ว ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดตามไปด้วย

"ทุกวันนี้การเสพรับสื่อของคนเริ่มเปลี่ยน ในต่างประเทศคนฟังเพลงผ่านซีดีน้อยลงมากแล้ว เขาฟังจากโทรศัพท์มือถือ ฟังจากคอมพิวเตอร์เป็นส่วนใหญ่ และกำลังขยายอิทธิพลเข้ามาในประเทศไทยอย่างรวดเร็ว ช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในบ้านเราเยอะ ซึ่งเจ้าใหญ่ที่สุดยังไม่ได้เข้ามาในประเทศไทย กำลังจะเข้ามาภายในปีนี้ แนวโน้มในประเทศไทยจำนวนคนฟังเพลงผ่านซีดีจะมีลักษณะเดียวกับต่างประเทศ คือคนฟังเพลงหรือดูจากสื่อดิจิตอลเป็นหลัก เราก็เลยต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดของเราไปโฟกัสในส่วนที่เป็นดิจิตอลมากขึ้น"

แม้ผลประกอบการจากสื่อดิจิตอลของท็อปไลน์ฯ วันนี้ยังไม่มากเหมือนค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ แต่ผู้บริหารหนุ่มไฟแรงก็พอใจกับรายได้หลักล้านต้นๆ ต่อเดือนที่มาจากการนำผลงานของศิลปินในสังกัดอย่าง **วงเสียงอีสาน** ของ **นกน้อย อุไรพร, ไหมไทย หัวใจศิลป์, เฉลิมพล มาลาคำ, ปอยฝ้าย มาลัยพร, เพชร สหรัตน์, บัวผัน ทังโส, ศรีจันทร์ วีสี, โบว์, เจน, นุ่น ซุปเปอร์วาเลนไทน์** ฯลฯ เผยแพร่ออกไปผ่านสื่อใหม่ โดยตั้งเป้าไว้ภายใน 1 ปี จะทำให้แตะหลักสิบล้านบาทต่อเดือนให้ได้

"เราเปิดเป็นบริษัทลูกขึ้นมา เป็นท็อปไลน์ ดิจิตอล เพื่อดูแลการตลาดภาคดิจิตอลเป็นหลัก อันนี้คุยกับคุณพ่อไว้นานแล้วประมาณ 3-4 ปี ตั้งแต่ยูทูปยังไม่เปิดในประเทศไทยเลย ท็อปไลน์ฯ ก็เป็นเจ้าหนึ่งที่สามารถร่วมงานกับยูทูปที่ต่างประเทศ คือสามารถให้แฟนเพลงเราทั่วโลกชมผลงานผ่านยูทูป และทำให้เรามีรายได้ตรงนี้เพิ่มขึ้นมา เปอร์เซ็นต์รายได้เวลานี้เราคงยังสู้กับค่ายเพลงใหญ่ๆ ไม่ได้ แต่เราก็มีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ หลังจากเริ่มต้นทำมาได้ 3 ปี มีรายได้ค่อนข้างดีในระดับที่น่าพอใจ ในช่วงปีถึงสองปีที่ผ่านมารายได้โตแบบก้าวกระโดด เพราะเทรนด์การรับรู้ของคนผ่านสื่อใหม่แรงมาก เดิมฐานลูกค้าเราเฉพาะคนที่ฟังเพลงลูกทุ่งก็คิดว่าค่อนข้างจะยาก แต่เนื่องจากกระแสของโลกเปลี่ยนไป จากสถิติล่าสุดคนฟังเพลงของศิลปินท็อปไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือรวมกันทั้งแอนดรอยด์ แอปเปิล ฐานลูกค้า ณ วันนี้มีมากกว่า 4 ล้านคน และเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่วนรายได้หากนับเป็นเม็ดเงินถือว่ารายได้เรายังไม่สูง อยู่ที่หลักล้านต้นๆ ต่อเดือน ซึ่งเป้าหมายของเราที่วางไว้ อยากให้แตะหลักสิบล้านภายในหนึ่งปีนี้ให้ได้"

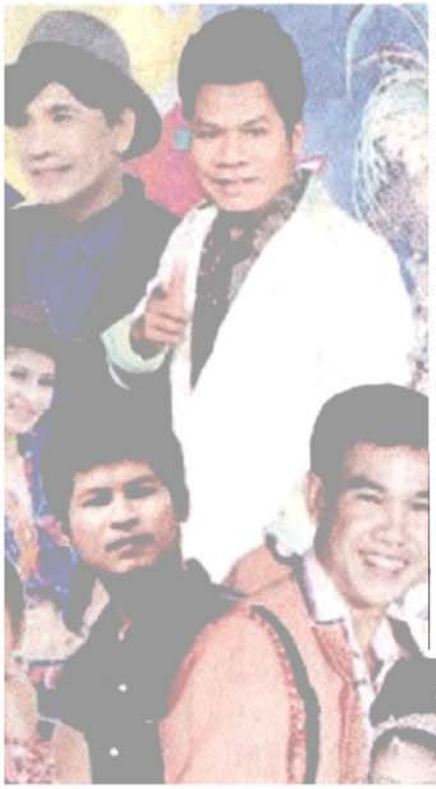
ทวีชัย จริยะเอี่ยมอุดม มอบหมายให้ลูกชายที่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีสื่อใหม่มากกว่ามาบริหารงานเต็มที่

ขณะเดียวกันท็อปไลน์ฯ เวอร์ชั่นใหม่ยังมุ่งไปที่การให้ความรู้กับแฟนๆ ที่ติดตามผลงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการดำเนินธุรกิจสื่อดิจิตอลด้วย

"เรานำเสนอผลงานผ่านสื่อโซเชียลในขณะเดียวกันก็ต้องให้ความรู้กับแฟนเพลงด้วย มีบางคนยังไม่รู้ว่าในเซอร์วิสต่างๆ มีเพลงท็อปไลน์ฯ ด้วยนะ บางคนเข้าใจว่ามีแต่ของค่ายใหญ่ๆ บางคนยังหาของเราไม่เจอ ก็จะใช้วิธีแนะนำแบบถึงตัวเลย เช่นจัดศิลปินลงไปจัดกิจกรรมให้ความรู้กับแฟนๆ แนะนำให้เขารู้ว่าการฟังเพลงผ่านสื่อใหม่ไม่ต้องเสียอะไรเพิ่มเติมเป็นต้น คือนอกจากเราทำธุรกิจแล้วเราก็ต้องสร้างความรู้ให้กับผู้ฟังควบคู่กันไปด้วย หากผู้ฟังไม่เข้าใจการทำงานของเราก็ไม่ได้ผล เราก็มีอีกหลายแผนนะครับ เพราะว่ายังมีเซอร์วิสอีกหลายตัวยังไม่เข้ามาเมืองไทย ดูแล้วเขาน่าจะมีศักยภาพเข้ามาบุกตลาดในบ้านเรา ซึ่งเราก็กำลังเตรียมตัว พูดคุยกับหลายๆ เซอร์วิสในต่างประเทศ"

นอกจากนำเสนอผลงานของศิลปินในสังกัดแล้ว **"ท็อปไลน์ ดิจิตอล"** ยังพร้อมให้การสนับสนุนค่ายเพลงที่ยังไม่สามารถลงทุนรองรับโลกดิจิตอล เพื่อทำให้เพลงลูกทุ่งไทยขยายฐานไปสู่สากลมากขึ้น สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้แบบไม่เป็นสองรองใคร

"อยากให้วงการเพลงลูกทุ่งเข้มแข็งรวมตัวกันให้เหนียวแน่น อย่างของท็อปไลน์ ดิจิตอล ไม่ได้ทำของเราอย่างเดียว เปิดรับค่ายเพลงพันธมิตร ค่ายเพลงที่ไม่สามารถลงทุนในเรื่องของเทคโนโลยีมารองรับโลกดิจิตอล เราก็พร้อมเข้าไปให้การสนับสนุน เวลานี้ก็มีพันธมิตรกว่า 20 ค่ายที่มาร่วมกับเรา ตั้งใจขยายตรงนี้อยากเห็นคนลูกทุ่งรวมตัวกัน พร้อมเป็นระบบหลังบ้านให้ช่วยทำให้เพลงลูกทุ่งขึ้นไปอยู่ในทุกๆ เซอร์วิสไปแข่งกับต่างชาติ ผมมองว่าเร็วๆ นี้ระบบดิจิตอลจะเข้ามาแทนที่ซีดีแบบเบ็ดเสร็จ ถ้าเราไม่รีบปรับตัวกัน ไม่วางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงอาจจะแย่ได้ หากไม่มีการเตรียมตัวเมื่อเวลานั้นมาถึงเราจะไปคุยกับเขาไม่รู้เรื่อง ปกติผมเองก็พาศิลปินไปทัวร์ต่างประเทศอยู่บ้าง เพลงลูกทุ่งในต่างประเทศได้รับความนิยมมากนะครับ เพราะคนไทยในต่างประเทศมีเยอะ และก็มาชมคอนเสิร์ตกันเยอะ ด้วยความคิดถึงบ้านคิดถึงเพลงลูกทุ่ง ที่สำคัญคนที่ไปทำงานต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นคนอีสาน ซึ่งผลงานของเราเน้นตรงนี้ชัดเจนมาตลอด โลกเปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่อง นักร้องเองก็ต้องศึกษาเรื่องโซเชียลมีเดียมากขึ้น หากไม่รู้เรื่องเลยผมว่าในอนาคตก็มีสิทธิ์ได้รับผลกระทบได้ ต่อไปเราอาจจะรอเฉพาะสื่อทีวี หนังสือพิมพ์ วิทยุ ไม่ได้ คนเสพสื่อเฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เยอะมาก ถ้าตัวศิลปินสามารถเรียนรู้และใช้สื่อต่างๆ เหล่านี้ได้ดี จะช่วยสามารถโปรโมตผลงานตัวเองได้มากขึ้น"

เมื่อโลก ออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน การทุ่มเทบริหาร **"ท็อปไลน์ ดิจิตอล"** มุ่งมั่นพัฒนาให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของ **"กอล์ฟ" พงษ์ศักดิ์ จริยะเอี่ยมอุดม** คือสิ่งที่แสดงให้เห็นเด่นชัด ไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร **"ท็อปไลน์ มิวสิค"** ก็พร้อมรับมือและอยู่คู่กับคนลูกทุ่งไปตลอดกาล!!

พิมพ์งาม คำเขื่อนแก้ว