

วิเคราะห์พฤติกรรม

การแข่งขันในกิจการกระจายเสียง
และกิจการโทรทัศน์

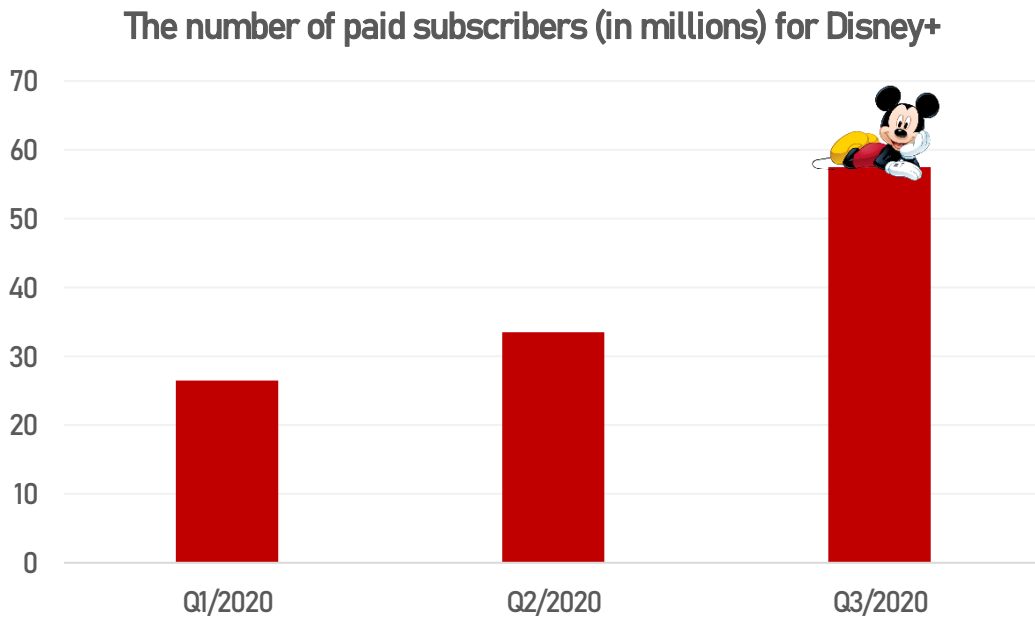
Q4/2020

สำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง
สำนักงาน กสทช.

2020 Broadcasting Outlook

การเติบโตของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในห้วงเวลาที่ผ่านมามีของปี 2019 และเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ปี 2020 การเติบโตของ OTT (Over-The-Top) ในรูปแบบของ Video Streaming ยังคงมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและท้าทายการให้บริการกระจายเสียงและโทรทัศน์แบบดั้งเดิมต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันด้วยรูปแบบการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมทั้งด้านของความยืดหยุ่นในการรับชมในรูปแบบของ VoD (Video On Demand) เนื้อหารายการ รวมไปถึงราคาที่สามารเข้าถึงเนื้อหารายการได้อย่างไม่จำกัด เป็นจุดกำเนิดแห่งสงครามในการให้บริการ Video Streaming ที่ปัจจุบันได้มีผู้ให้บริการลักษณะดังกล่าวจำนวนมากขึ้นในลักษณะของการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น กรณีของ Disney+ ที่ถูกปล่อยออกมาเมื่อปลายปี 2019 เมื่อการที่ผู้ผลิตรายการ (Content Provider) อย่าง Disney ได้มีการสร้าง Platform ของตนเองขึ้นมา และนำคอนเทนต์ของตนเองออกจาก Platform คู่แข่งอย่าง Netflix ไป เพื่อนำคอนเทนต์นั้นๆ กลับเข้าไปอยู่ใน Platform ของตัวเอง

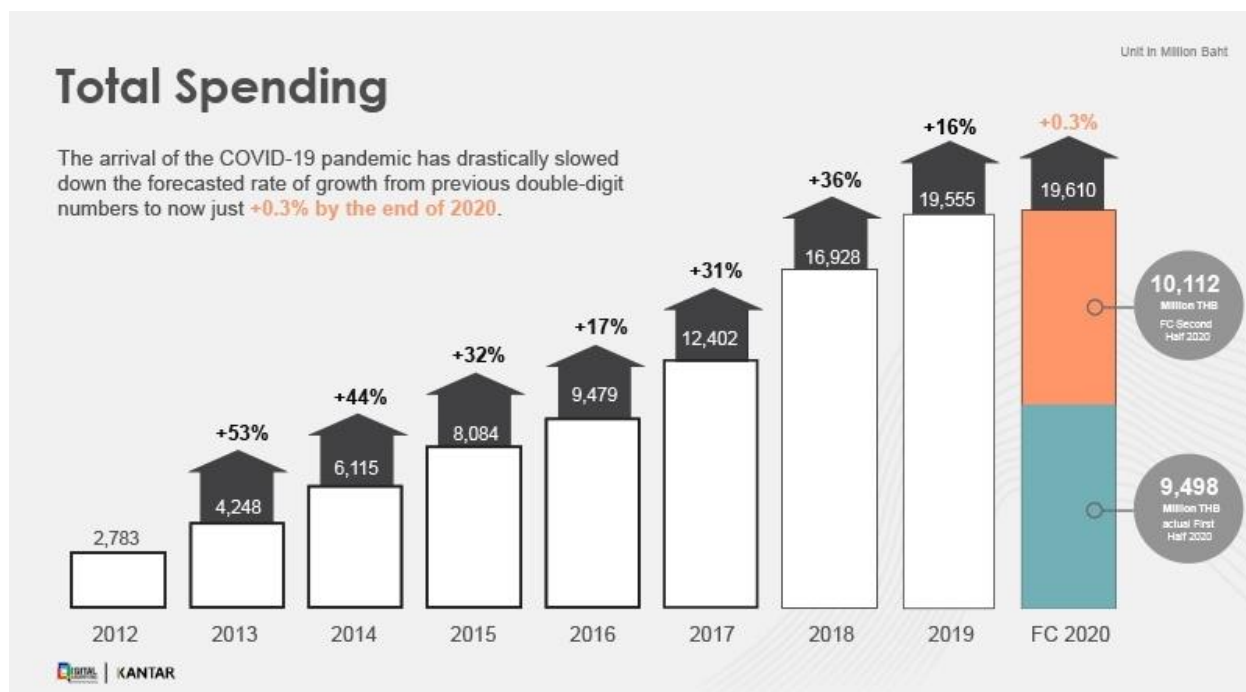
ทว่าเมื่อไวรัส Covid -19 ได้มีการแพร่ระบาดไปทั่วโลกตั้งแต่ต้นปี 2020 อนาคตของการให้บริการ Video Streaming ของผู้เล่นรายใหม่คล้ายว่าจะเป็นไปได้ด้วยความยากลำบากมากขึ้น แม้ว่าจะมีการลดต้นทุนในส่วนแบ่งของรายได้จากการนำคอนเทนต์ของตนเองขึ้นไปวางบน Platform อื่น แต่สถานการณ์ของการให้บริการ Video Streaming ในรูปแบบของ SVoD (Subscription Video on Demand) อย่าง Disney+ ซึ่งเป็นผู้เล่นรายใหม่กลับมีรายได้จากจำนวนสมาชิกทั่วโลกเพิ่มขึ้นในทุกไตรมาส ในปี 2020 นับตั้งแต่เปิดตัวเมื่อปลายปี 2019 ดังจะแสดงได้ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดง รายได้จากจำนวนสมาชิกทั่วโลกของ Disney+ ในปี 2020¹

¹ <https://thewaltdisneycompany.com/investor-relations/#reports>

ในขณะเดียวกัน สถานการณ์ของเงินลงทุนเพื่อโฆษณาจากการให้บริการ Video Streaming ในรูปแบบของ AVoD (Advertising Video on Demand) ที่รายได้หลักมาจากเม็ดเงินโฆษณาเพื่อให้สินค้าและบริการหนึ่งๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใน Platform ต่างๆ โดยจากการคาดการณ์ของสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) ร่วมกับ คันทาร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้รายงานถึงข้อมูลเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลของครึ่งปีแรกของปี 2020 และการคาดการณ์เม็ดเงินในครึ่งปีหลังของปี 2020 กลับมีการเติบโตเพียง 0.3% เมื่อเทียบกับปี 2019 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่ลดลงเมื่อเทียบการการเติบโตของเงินลงทุนโฆษณาในปีที่ผ่านมา



ภาพที่ 2 แสดง เม็ดเงินโฆษณาในสื่อดิจิทัลจากการรายงานของสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) และ คันทาร์ (ประเทศไทย) จำกัด²

เห็นได้ว่า ด้วยเหตุของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 กลับยิ่งทำให้การแข่งขันในการให้บริการ OTT ยังคงทวีความรุนแรง แม้ว่ารายได้จากการโฆษณาจะถูกลดทอนลงไป ทำให้อาณาเขตของอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ถูกทำลาย ประกอบกับการเข้ามาของเทคโนโลยี 5G ที่กำลังจะเข้ามาปรับใช้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ก็ยิ่งเพิ่มความท้าทายแก่กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่อาจไม่ใช่บริบทของการแข่งขันด้านธุรกิจอีกต่อไป แต่จะเป็นการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมารวมกันแบ่งปัน (Sharing) ทั้งในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม

สิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นตามมาหลังจากนี้

กิจการโทรทัศน์เป็นกิจการที่มีเนื้อหารายการเป็นตัวขับเคลื่อนหลักมาโดยตลอด แต่ส่วนสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามอีกประการหนึ่ง นั่นคือ ช่องทางหรืออุปกรณ์ที่เป็นเครื่องมือในการนำเสนอเนื้อหารายการเหล่านั้น ซึ่งหาก

² <https://static-daata-prod.s3.amazonaws.com/200908-DAAT-Mid-Year-2020-Press-Report.pdf>

ย้อนไปในอดีต กิจกรรมโทรทัศน์ได้นำเอาเทคโนโลยีมาพัฒนาช่องทางการรับชมมาโดยตลอดทุกยุคทุกสมัย เช่น การพัฒนาจากยุคทีวีขาวดำ มาสู่ยุคทีวีดิจิทัล และในปัจจุบันเข้าสู่ยุคการรับชมโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งอุปกรณ์การรับชมโทรทัศน์หรือความบันเทิงอื่นๆ ที่กำลังถูกพัฒนาและเป็นที่ต้องจับตามอง คืออุปกรณ์รับชมความบันเทิงที่เรียกว่า VR AR และ MR

VR AR และ MR เป็นเทคโนโลยีที่ถูกเรียกรวมกันว่า Reality Technology โดยเทคโนโลยีนี้ถูกพัฒนาขึ้นมาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองการใช้งานในหลายธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจความบันเทิง ธุรกิจการแพทย์ ธุรกิจการผลิต และธุรกิจการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่ง VR AR และ MR มีความแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

1. VR : Virtual Reality (VR)

VR คือการใช้คอมพิวเตอร์สร้างโลกเสมือนจริงขึ้นมา โดยการให้ผู้รับชมสวมแว่น VR เพื่อรับชมประสบการณ์การรับชมที่เสมือนจริง 360 องศาในโลกสามมิติที่ถูกสร้างขึ้นด้วยคอมพิวเตอร์ และถ้าหากผู้รับชมต้องการโต้ตอบกับระบบคอมพิวเตอร์ในโลกเสมือนจริง ผู้รับชมสามารถเพิ่มจอยสติ๊กหรืออุปกรณ์ควบคุมอื่นๆ ที่มีการติดตั้งเซนเซอร์อ่านความเคลื่อนไหว เพื่อทำการตอบสนองกับระบบได้โดยตรง เช่น อุปกรณ์สำหรับ PlayStation VR เป็นต้น ซึ่งจุดอ่อนที่ยังคงเป็นปัญหาสำหรับ VR นั่นคือการรับชม VR จะทำให้ผู้รับชมถูกตัดออกจากโลกของความเป็นจริงโดยสิ้นเชิง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ใช้หากอยู่ในสถานที่ไม่ปลอดภัย อีกทั้งในปัจจุบันอุปกรณ์ VR ราคาในท้องตลาดค่อนข้างสูง



ภาพที่ 3 แสดง การแข่งขัน E-sport ผ่านอุปกรณ์ VR³

³ <https://www.vendingtimes.com/news/virtuix-funovation-debut-vr-arena-esports-attraction-at-iaapa-expo/>

2. AR : Augmented Reality (AR)

AR คือการมองมุมมองผ่านโลกจริงพร้อมกับมีวัตถุเสมือนหรือภาพเสมือน โดยมีอุปกรณ์แสดงผล เช่น แว่น AR และหากต้องการโต้ตอบกับวัตถุเสมือนสามารถเล่นผ่านอุปกรณ์อื่นๆ ได้ เช่น มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่นิยมอย่างมากเนื่องจากอุปกรณ์ในการเข้าถึง AR มีหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งตอบสนองการใช้งานในยุคปัจจุบัน

3. MR : Mixed Reality (MR)

MR เป็นการผสมจุดเด่นของเทคโนโลยี VR และ AR เข้าด้วยกัน โดยผู้รับชมสามารถตอบโต้กับวัตถุ (เสมือนจริง) ในพื้นที่สิ่งแวดล้อมจริงได้ แต่วัตถุจะแสดงผลออกมาในรูปแบบ 3 มิติ ซึ่งต่างจาก AR ที่เป็นการแสดงผล 2 มิติเท่านั้น สำหรับการแสดงผลของ MR ยังคงต้องมีอุปกรณ์ในแสดงผลนั้นคือ แว่น MR แต่สามารถใช้งานได้จริงในโลกของความจริง เนื่องจาก เราสามารถเห็นสิ่งรอบข้างได้เสมือนจริง พร้อมกับตอบสนองกับวัตถุได้อย่างทันที แต่เทคโนโลยี MR ยังคงอยู่ในการพัฒนาให้โลกของความจริงเชื่อมต่อกับโลกเสมือนไร้รอยต่อมากที่สุด

AR : Augmented Reality (AR)



MR : Mixed Reality (MR)



ภาพที่ 4 แสดง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AR⁴ และ MR⁵

ในปัจจุบันนี้ไม่ได้มีเพียงแค่เทคโนโลยีที่กล่าวมาข้างต้นนี้เท่านั้น ยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เช่น Extended Reality (XR) ซึ่งการพัฒนาของเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในกิจการต่างๆ ที่ต้องติดตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปให้มากที่สุด เพื่อนำไปประยุกต์ และเตรียมความพร้อมกับการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในกิจการโทรทัศน์ที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก และไม่แน่ว่าในอนาคตอันใกล้นี้ เราอาจได้เห็นการรับชมการถ่ายทอดกีฬาผ่านมุมมองคนนักกีฬาแต่ละคนก็เป็นได้

⁴ <https://pokemontrainer.in.th/8-pokemon-go-news/390-announcing-the-winners-of-the-first-pokemon-go-ar-photo-contest.html>

⁵ <https://www.popticles.com/business/what-is-the-difference-between-vr-ar-mr/>

ความเจริญของเทคโนโลยี 5G และภัยคุกคามไซเบอร์ที่อาจเกิดขึ้น

เป็นที่ทราบกันดีว่าเทคโนโลยี 5G มีจุดเด่นสำคัญคือ ประสิทธิภาพในการรับ-ส่ง ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และสามารถรองรับปริมาณข้อมูลได้มากกว่าเทคโนโลยีเดิมอย่าง 3G และ 4G ซึ่งประโยชน์ที่ภาคธุรกิจจะได้รับก็คือ การช่วยส่งเสริมและสร้างโอกาสในการขยายบริการดิจิทัลของตนให้กว้างและครอบคลุม ตลอดจนสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจาก 5G เป็นเทคโนโลยีที่ถูกออกแบบมาให้มีความล่าช้า (Delay) ในการรับส่งข้อมูลที่ต่ำมาก (Low Latency Communications) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการส่งข้อมูลคอนเทนต์ประเภทภาพและเสียงซึ่งมักเป็นไฟล์ข้อมูลขนาดใหญ่ให้สามารถวางไปมาได้อย่างรวดเร็ว โดยประสิทธิภาพของเทคโนโลยี 5G จะส่งเสริมการรับชมผ่านอุปกรณ์ที่รองรับอินเทอร์เน็ตอย่างบริการโทรทัศน์ระบบ IPTV โทรศัพท์สมาร์ทโฟน ตลอดจนอุปกรณ์ VR ให้มีความเสถียรมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการรับชมคอนเทนต์สำคัญอย่างเช่นการถ่ายทอดสดกีฬาต่างๆ ที่เน้นการชมแบบเรียลไทม์ ทั้งการแข่งขันฟุตบอลโลก อเมริกันฟุตบอล



ภาพที่ 5 การใช้อุปกรณ์ Virtual Reality สำหรับถ่ายภาพแบบ 360 องศา โดยใช้งานผ่านระบบ 5G

นอกจากประสิทธิภาพในการรับ-ส่งข้อมูลอย่างรวดเร็ว ที่ถูกนำมาสร้างประโยชน์ให้กับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแล้ว ยังส่งผลต่อแนวคิดและการเชื่อมต่อระหว่างธุรกิจประเภทอื่นๆ อาทิ ธุรกิจการเงินการธนาคาร การจัดการอุตสาหกรรม การแพทย์ การเกษตร ฯลฯ ตลอดจนช่วยสร้างสังคมข้อมูลข่าวสารขนาดใหญ่ ซึ่งเทคโนโลยี 5G ถูกนำมาใช้ต่อยอดเพื่อจัดการกับ Big Data ที่เป็นการจัดเก็บฐานข้อมูลจำนวนมากขององค์กร รวมถึงข้อมูลลูกค้า โดยจะถูกเก็บไว้บนระบบคลาวด์ (Cloud⁶) มากขึ้น ซึ่ง 5G จะช่วยประมวลผลและดึงข้อมูลดังกล่าวได้อย่างรวดเร็วและช่วยลดต้นทุนในการดูแลและบริหารจัดการอุปกรณ์เก็บข้อมูลซึ่งมีราคาสูง แต่ทว่าภายใต้การทำงานผ่านระบบอัตโนมัติ

⁶ Cloud หรือ Cloud Computing เป็นระบบคอมพิวเตอร์ที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการทำงานของผู้ใช้งานในทุกๆ ด้าน ทั้งระบบเครือข่าย การจัดเก็บข้อมูล การติดตั้งฐานข้อมูล หรือการใช้งานเฉพาะด้านในธุรกิจต่างๆ โดยที่ผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องติดตั้งระบบทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ไว้ที่สำนักงาน แต่ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานผ่านการเชื่อมต่อกับระบบ Cloud Computing ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

แม้จะสร้างความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งาน แต่อาจมีช่องว่างทางด้านความปลอดภัยหรือการถูกโจมตีทางไซเบอร์ทั้งของภาคธุรกิจและผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ซึ่งควรเฝ้าระวัง นั่นคือ *การแฮกข้อมูล* (Data Hacking)

การแฮก หรือการโจรกรรมข้อมูลบนคลาวด์ (Cloud Jacking) มีข่าวคราวให้เห็นบ่อยครั้ง เนื่องจากในปัจจุบันมีการใช้คลาวด์ในการบันทึกข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลความลับทางธุรกิจ ข้อมูลทางการเงิน หรือข้อมูลเชิงลึกที่ศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้งานเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลข้างต้นถือว่ามีมูลค่ามหาศาล ไม่เพียงแต่การแฮกข้อมูลจะทำให้เกิดการสูญเสียความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินส่วนบุคคล แต่ยังรวมถึงความเสียหายที่อาจเกิดกับธุรกิจหากคู่แข่งสามารถเจาะข้อมูลหรือล่วงรู้กลยุทธ์ ซึ่งนอกจากความสูญเสียด้านการเงินแล้ว ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรทำให้หมดความน่าเชื่อถือ และอาจต้องรับผิดชอบต่อค่าเสียหายเมื่อเกิดการรั่วไหลของข้อมูลอีกด้วย ตัวอย่างการถูกโจรกรรมข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการระดับโลกหลายรายในปี 2560 คือ กรณีที่บริการ Dyn ซึ่งเป็นบริการเซิร์ฟเวอร์ (Server) สำหรับโดเมนเว็บไซต์ต่างๆ ถูกโจมตีเพื่อให้ไม่สามารถให้บริการได้ในระยะเวลาหนึ่ง เหตุการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และรายได้ขององค์กร ซึ่งเว็บไซต์ใหญ่ๆ ที่ใช้บริการ Dyn และได้รับผลกระทบอย่างมาก ทั้ง Twitter Spotify SaneBox PayPal Airbnb Freshbooks หรือแม้แต่ Pinterest⁷ จึงต้องเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ให้บริการที่จะต้องติดตั้งโปรแกรมและบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวต่อไป



ภาพที่ 6 ตัวอย่างการโจรกรรมข้อมูลบนแพลตฟอร์มผู้ให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีช่วยส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนขององค์กร รวมถึงมิติด้านการแข่งขันทั้งในภาคเอกชน การให้บริการแก่ผู้บริโภค นำไปสู่ความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ แต่การพิจารณาถึงความเสี่ยง ความปลอดภัย และการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลบนเทคโนโลยีที่อาศัยอินเทอร์เน็ต ย่อมเป็นสิ่งที่พึงระวังและไม่ควรละเลย เพื่อมิให้เกิดความเสียหายทั้งที่เป็นตัวเงิน ข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงของประเทศ ดังนั้น การกำหนดกฎหมาย หลักเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจึงควรครอบคลุมประเด็นความปลอดภัยบนโลกออนไลน์ ตลอดจนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยอาศัยความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงาน กสทช. หน่วยงานยุติธรรม รวมทั้งการประสานงานร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลในต่างประเทศ ตลอดจนการตระหนักถึงความสำคัญและความร่วมมือจากภาคเอกชนผู้ให้บริการ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

⁷ <https://rocktheart.net/dyndns>

ชื่อรายงาน

วิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง

และกิจการโทรทัศน์

ผู้จัดทำ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
สำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง

นางรมิดา จรินทิพย์พิทักษ์

นางฉันทพร เปาทอง

นางสาวธัญธารีย์ สุธีวราสิทธิ์

นายภาณุ วีระชาลี

นางสาวอารดา ทางตะคุ

นางสาวกรรณิการ์ สุวรรณมณี

รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อวิเคราะห์ประกอบแนวทางการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ของบุคลากร สำนักงาน กสทช. และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนผู้สนใจ โดยข้อมูล ข้อวิเคราะห์ หรือ ข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในรายงานนี้ไม่มีผลผูกพันต่อ กสทช. แต่อย่างใด และสำนักงาน กสทช. จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อม จากการนำข้อมูล ข้อวิเคราะห์ หรือ ข้อความในรายงานนี้ไปใช้หรือการกระทำใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ข้อวิเคราะห์ หรือ ข้อความที่ปรากฏในรายงานนี้

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2271 7600

www.nbtc.go.th