

กสทช.เร่งชงแผนสตรีมมิ่งแห่งชาติ ลุ้น 'แจ้งเกิด' ปี 72

กรุงเทพธุรกิจ ● “พิรงรอง” บอร์ด กสทช. ดำเนินการโทรทัศน์ เผยผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล หนุนจัดทำแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งแห่งชาติ ช่วยผู้ผลิตคอนเทนต์ทำธุรกิจต่อไปได้ หลังใบอนุญาตดิจิทัลทีวีหมดอายุลงในปี 2572

นางสาวพิรงรอง รามสูต คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (บอร์ด กสทช.) กล่าวว่า การเกิดดิสรักชันโดยเฉพาะอุตสาหกรรมโทรทัศน์เริ่มแสดงพิษสงอย่างชัดเจนในช่วง 5-6 ปีให้หลัง จากการถดถอยของตลาดวิดีโอออนไลน์ ติมานด์ สตรีมมิ่ง แพลตฟอร์มรวม ไปถึงโซเชียลมีเดียหลักๆ ในไทยเมื่อมองถึงบทบาทของ กสทช. ในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ พิรงรอง กล่าวว่า ไม่ใช่มีบทบาทหน้าที่เพียงในการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ เท่านั้น

แต่ กสทช. ยังต้องสืบบทบาทหน้าที่ในการ ส่งเสริมสนับสนุน (Supporter) และเป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อ ซึ่งในปัจจุบัน กสทช. มีนโยบายที่สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ดังกล่าวอย่างครอบคลุม เช่น แนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งแห่งชาติ การพัฒนาหลักเกณฑ์การส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และระบบสะสมแต้ม

อ่านต่อหน้า | 4

▶ ต่อจากหน้า 1

กสทช.

เนื้อหาที่มีคุณค่า (social credit) และการส่งเสริมสื่อชุมชน

ร่างแผนแม่บทเตรียมพร้อม

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือน ก.ย. ปี 2566 ที่ผ่านมา กสทช. จัดทำแผนแม่บทฉบับที่สอง ร่วมเพิ่มโอกาสเข้าถึงโทรทัศน์ของภาคประชาชน พร้อมมีการทำ โครงการ National

streaming platform แห่งชาติ ซึ่งวางรูปแบบเป็นการจัดทำแพลตฟอร์มดิจิทัล สตรีมมิ่งแห่งชาติ เพื่อให้แพลตฟอร์มนี้เกิดขึ้นเร็วที่สุด กลายเป็นสมบัติส่วนกลาง เป็นสื่อกลางในการรับชมของประเทศ

ดังนั้นในอนาคต เมื่อผู้ที่ได้รับใบอนุญาตโทรทัศน์แห่งชาติ ตามมาตรฐานของ กสทช. ได้ร่วมบริหารแพลตฟอร์มนี้ สำหรับโมเดลนี้จึงคล้ายกับการทำ แพลตฟอร์ม ฟรีลี (Freely) ของประเทศอังกฤษ ที่รวบรวมทั้งช่องทีวีดิจิทัล ช่องสาธารณะ และมีเรกูเลเตอร์ ร่วมสนับสนุน ซึ่งก็เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนที่ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลจะสิ้นสุดลงในปี 2572

เธอ กล่าวว่าการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการโทรทัศน์ที่อยู่ระหว่างดำเนินการมี 4 เรื่อง คือ 1. ร่างประกาศส่งเสริมการรวมกลุ่มของนักวิชาชีพหรือองค์กรสื่อ ให้เกิดการกำกับดูแลกันเองตามมาตรฐานจริยธรรม 2. ร่างหลักเกณฑ์กำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือ OTT 3. ร่างประกาศหลักเกณฑ์ส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และ 4. ร่างใบอนุญาตโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งแต่ละเรื่องมีความสำคัญ

ประกาศฯ คือ เครื่องมือกำกับดูแล

อย่างไรก็ดี กสทช. ต้องทำหน้าที่ตามกฎหมายก็ต้องออกประกาศถึงจะเป็นเครื่องมือในการดำเนินการ อย่างร่างโอทีที ตามมติบอร์ด กสทช. 9 ส.ค. 2566 บอกชัดเจนว่า วิดีโอออนไลน์ ติมานด์ และวิดีโอเชิงเซอร์วิส เป็นเซอร์วิสโพรไวเดอร์ตาม พ.ร.ฎ. ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เราเป็นผู้กำกับดูแล ตาม พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นฯ ที่มีนิยามเรื่องโทรทัศน์

ดังนั้น จึงเป็นที่มาของแนวคิดที่จะดูแลกิจการโทรทัศน์ให้ดำเนินต่อไปได้ในช่วงการเปลี่ยนผ่านไปสู่ออนไลน์ (Online Migration) ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปแล้วบางส่วน จะเห็นช่องโทรทัศน์กว่า 15 ช่อง มีการเปลี่ยนแปลงด้วยการมีช่องทางให้บริการวิดีโอออนไลน์ของตัวเอง หากมองในต่างประเทศการเปลี่ยนผ่านไปสู่ออนไลน์ไม่มีความลำบาก

สำหรับการดำเนินการอยู่ในระหว่างการพิจารณาโดยจะเอาเข้ามาพิจารณาของบอร์ดในการงบประมาณกองทุนการจัดให้มีบริการโทรทัศน์คุณภาพพื้นฐานโดยทั่วถึงและ

บริการเพื่อสังคม (Universal Service Obligation) หรือ USO มากำหนดเนื้องต้นได้บรรจุเรื่องนี้ไว้ในกรอบนโยบาย USO Broadcast ระบบที่พัฒนาขึ้นออกแบบให้ทุกคนสามารถเอาคอนเทนต์ขึ้นมาสตรีมบนแพลตฟอร์มได้เลย

“ใครที่มีแพลตฟอร์มอยู่แล้วสามารถให้บริการต่อไป แนวคิดนี้ได้หารือกับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลแล้วและเห็นด้วยที่จะมีแพลตฟอร์มกลางเพื่อการเปลี่ยนผ่านให้ทุกคนเข้าสู่ออนไลน์สตรีมมิ่งทุกราย”

เน้นการส่งเสริมตามหลักสากล

ประโยชน์ที่จะได้จากเรื่องนี้ คือ ความชัดเจนของ Ad insertion/Ad manager และรูปแบบการดำเนินการ, แก้ไขปัญหาลิขสิทธิ์ทำให้ผู้ผลิตคอนเทนต์ทำธุรกิจต่อไปได้ เมื่อใบอนุญาตดิจิทัลทีวีหมดอายุลงทั้งนี้การกำหนดแนวทางที่ชัดเจนแนวทางดังกล่าวถือเป็นการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการ OTT ตามแนวทางสากล การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้รองรับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้งานโมบายมากกว่าทีวีมากขึ้น

“การจัดสรรคลื่นในภาพรวมทั่วโลกมีการเอาคลื่นย่าน 600 Mhz ไปให้บริการในกิจการโทรคมนาคม เมื่อรวมกับแนวโน้มการใช้งาน 4K มากขึ้นจะทำให้คลื่นความถี่ในกิจการโทรทัศน์เหลือน้อยลง คลื่นจะลดลงจากเดิม 470-694 Mhz เป็น 470 -614 Mhz ถ้ามีการใช้ 4K มากขึ้นแนวโน้มการลดลงของช่องโทรทัศน์จะลดลง ความเป็นไปได้คือเหลือแต่ช่องที่เป็น HD กับ 4K”

แพลตฟอร์มระดับโลกรุกไทย - อัดคอนเทนต์'กีฬา-หนัง'

'ศึกสตรีมมิง' ซิงตลาดหมื่นล้านบาท

ตลาดสตรีมมิง วิดีโอ ออนไลน์ ติมาณด์ ของไทย 14,000 ล้านบาท

อัตราเติบโต 12%

ผู้บริโภคไทยใช้จ่ายด้านเปย์ทีวี และมูฟวี่ สตรีมมิง เซอร์วิส 25%

ประชากรไทย 66 ล้านราย

YouTube

การสร้างรายได้ของยูทูป

- การโฆษณา
- YouTube Premium
- พิธีกรก็ให้ยูทูปจ่ายเงิน เพื่อส่งข้อความหรือสติ๊กเกอร์ระหว่างไลฟ์สด
- การสมัครสมาชิกช่อง

อัตราการใช้โทรศัพท์มือถือต่อจำนวนประชากร 149%

อัตราการรับชมโอทีที สตรีมมิง 1 ใน 3 ของประชากร

Netflix

กลยุทธ์ธุรกิจไทย ให้ทุนผลิต Thai original content นำไปเผยแพร่ทั่วโลก

จับมือช่อง TV ไทยนำละครไปขาย

ช่อง 7	ช่อง 3	ช่อง One31
'รอยรกรอยบาป'	ละคร 6 เรื่อง	'แม่หิว'
เริ่ม เม.ย. 2567	เริ่มฉายตั้งแต่ปี 2564	ล่าสุดเรื่อง 'หมิงโมร็อย'

WeTV

กลยุทธ์

- ร่วมมือผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ ทำตลาดและออกแพ็คเกจ
- ผู้บริโภคสนใจคอนเทนต์จากจีนมากที่สุด
- ผู้ชมหลักเป็นผู้หญิง 80-90%
- ลดความยาวซีรีส์จีน จาก 63 ตอน เหลือ 39 ตอน
- ออกแพ็คเกจจ่ายเงินเพียงรอบคดเดียว

Max

แพลตฟอร์มสตรีมมิงรายล่าสุดที่บุกตลาดเอเชีย 19 พ.ย. 67 อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย ไต้หวันฮ่องกง

- จับมือเป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์มท้องถิ่น
- แข่งด้วยคอนเทนต์จากฮอลลีวูด
- รายได้จากเอเชียต่ำกว่าสหรัฐอเมริกาไป แต่เพิ่มสมาชิกและเพิ่มรายได้จากโฆษณา

AIS PLAY

กลยุทธ์

- วางเป้าหมาย "วิดีโอแพลตฟอร์ม" รวมบริการโทรทัศน์, วิดีโอ ผ่านแอป AISPLAY, กล่อง AIS PLAYBOX
- ผ่านโครงข่ายบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต และ 5G
- ลูกค้า AIS 3BB Fibre 3 รวม 13 ล้านครัวเรือน

TrueID

- ภาพยนตร์
- กีฬา

สะท้อนสื่อไทย ชี้จุดอ่อน "ไอทีที่แห่งชาติ" เกิดซ้ำ

กรุงเทพธุรกิจ ● ศึกซิงตลาดสตรีมมิงเดือด "เน็ตฟลิกซ์" บิอนคอนเทนต์เหมือนทีวีในอดีต ส่งละครไทยไปทั่วโลก WeTV ปรับตัวตาม ติมาณด์ช่วยเพิ่มฐานลูกค้า "ยูทูป" ยืน 1 แพลตฟอร์มวิดีโอยอดนิยม "เอไอเอส" ขยับสู่โลกสตรีมมิงคอนเทนต์ "Statista" เผยตลาดสตรีมมิงวิดีโอออนไลน์ของไทยแตะ 1.4 หมื่นล้านบาท

ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนหลายปี เฉพาะวงการทีวีดิจิทัล อุตสาหกรรมสื่อโฆษณา และโฆษณาดิจิทัล ถือว่าเปลี่ยนผ่านหรือทรานส์ฟอร์มราว 10 ปี หรือ 1 ทศวรรษแล้ว จากทีวีหลัก 4-5 ช่อง เป็นทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจ 24 ช่อง และเหลือ 15 ช่องในปัจจุบัน

อ่านต่อหน้า | 4

▶ ต่อจากหน้า 1

ศึกสตรีมมิง

ส่วนเม็ดเงินโฆษณาราว 1 แสนล้านบาท ปัจจุบันสื่อตั้งเดิมครองเม็ดเงินลดลงเหลือ 5-6 หมื่นล้านบาท ส่วน "โฆษณาดิจิทัล" โฆษณาเม็ดเงินกว่า 3.3 หมื่นล้านบาท ในปี 2567 และเติบโตกว่า 10 เท่า จากปี 2555 เม็ดเงินอยู่ที่ 2,783 ล้านบาท

ปัจจุบันการรับชมวิดีโอออนไลน์ รายการโปรด (คอนเทนต์) ผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิง (ไอทีที) ทรงอิทธิพลไม่แพ้ทีวีเน็ตฟลิกซ์ ดิสนีย์พลัส ฮอตสตาร์ แอปเปิลทีวี โพรมวีวิดีโอ อ้ายฉีอี้ วีว วีทีวี ฯ ล่าสุดเน็ตฟลิกซ์ บุกแพลตฟอร์มไอทีที เขย่าโลกด้วยการดึงการถ่ายทอดสดรายการกีฬามวยศึกสะท้านโลก ระหว่าง "เจคพอลปะทะไมค์ ไทสัน" ออกอากาศเมื่อ 14 พ.ย. 2567 กินเวลา 4 ชั่วโมง

นายภาณุ จาวราย นายกสมาคมโฆษณา

ดิจิทัล (ประเทศไทย) เปิดเผยว่า การขยับตัวของเน็ตฟลิกซ์ไม่ต่างแอปเปิลทีวี ที่ซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลเมเจอร์ลีกซอกเกอร์ (MLS) ของเดวิด เบคแคมและเม็ตดาวเตะระดับโลก "ลีโอนเนล เมสซี่" มาถึงคนดูผ่านแพลตฟอร์มส่วนกรณีเน็ตฟลิกซ์ไม่เพียงมีมวย แต่ซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดอเมริกันฟุตบอล (NFL) 3 ปี ประเดิมกันแรกวันคริสต์มาสนี้

ทั้งนี้ กลยุทธ์เน็ตฟลิกซ์ ที่ดึงรายการถ่ายทอดสดประเภทกีฬา สะท้อนการเป็นแพลตฟอร์มเหมือน "ทีวีในอดีต" ที่นำเสนอคอนเทนต์หรือรายการทุกประเภทเพื่อตอบใจภัยคนดู อีกด้านเหมือนสิ่งที่ทีวีเคยทำไม่ว่าจะเป็น HBO ที่ไปรวบรวมรายการทั้งมวย ความบันเทิง ตรีงกลุ่มเป้าหมายให้เฝ้าจอ

"มุมหนึ่งคือการสร้างรายได้และตรึงคนดูนานสุด และขยายเหมือนช่องทีวีสมัยก่อนคือทีวีไปรวบรวมคอนเทนต์อะไรบ้างก็บิอนคนดู เช่นนั้น ซึ่งอีกระยะอาจถ่ายทอดสดคอนเสิร์ต และอาจต้องจ่ายเงินดูคอนเทนต์หรือ Pay

Per View”

อย่างไรก็ตาม สื่อดั้งเดิมจะเผชิญการดิ้นรนจากสื่อใหม่ต่อเนื่อง ส่วนทางรอดยอมรับว่ายาก เพราะโอทีที่โลกซบซึ้ง แต่ไทยยังไม่เดินหน้า มีวิธีคิดแบบเดิมเพื่อต่อสู้สงครามคนดูในยุคปัจจุบัน

แพลตฟอร์มโอทีที่แห่งชาติของไทยเกิดซ้ำ

นางสาวบัวหวรรณ สถาพร ประธานกรรมการบริหาร กรุ๊ปเอ็ม (ประเทศไทย) ในฐานะนายกสมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสื่อกับการมีแพลตฟอร์มโอทีที่ต่างจากต่างประเทศรุกตลาดไทย ดึงความสนใจจากกลุ่มผู้ชมเพิ่มขึ้น และมีผลต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมโฆษณาผ่านดิจิทัลในไทยที่มีมูลค่า 3 หมื่นล้านบาท

สำหรับแนวทางการปรับตัวของสื่อต้องเร่งผลักดันแพลตฟอร์มโอทีที่แห่งชาติโดยรวมผู้ประกอบการไทยฝ่ายผู้ผลิตคอนเทนต์และผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ซึ่งวงการเอเจนซีและโฆษณาเห็นด้วย ทางสมาคมโฆษณาดิจิทัลแห่งประเทศไทย (DAAT) และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งนี้ได้หารือสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อขับเคลื่อนเรื่องนี้ แต่แพลตฟอร์มโอทีที่ไทยช้ากว่าประเทศอื่น

นางสาวรวีวรรณ สินหะสาร ผู้จัดการทั่วไป บริษัท โอโปรสเปค (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มบริษัทในเครือ เดนทีสุฯ ประเทศไทย กล่าวว่า ผู้ผลิตคอนเทนต์ไทยควรเร่งร่วมมือสร้างแพลตฟอร์มโอทีที่แห่งชาติ เหมือนจีนที่ผลักดันแพลตฟอร์มประเทศ และขยายสู่ตลาดโลกกับ ตี้กต็อก (TikTok)

ทั้งนี้ ต้องมาจากการวางระบบให้ชัดเจน ตั้งแต่การเก็บข้อมูลดาต้าเชิงลึก การประเมินผล พร้อมสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่ดีจะผลักดันแพลตฟอร์มประเทศไปสู่ตลาดต่างประเทศและไกลบอลได้มากขึ้น

สตรีมมิงหลายข้อจำกัดดูคอนเทนต์

นายอภิชาติ หงษ์หรือรุ่งเรือง รองกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า

แนวโน้มการใช้โทรทัศน์มือถือสูงขึ้น การพัฒนาแอปพลิเคชันเป็นตัวดึงดูดการรับชมแพลตฟอร์มสตรีมมิงจากผู้ผลิตต่างประเทศและผู้ผลิตไทยเพิ่มขึ้น เพราะรับชมได้จากทุกสถานที่และทุกเวลา

ทั้งนี้ ผู้ผลิตไทยปรับตามตีมันต์ทำให้ไทยถูกจับตามองว่ากำลังก้าวสู่ประเทศดาวรุ่ง (Rising star) ต่อจากเกาหลีใต้ มาจากการผลิตคอนเทนต์ที่ตอบสนองผู้ชมระดับสากล จึงได้ฐานกลุ่มอินเทอร์เน็ตแฟนจำนวนมาก และโลกทัศน์ไทยอยู่กลางภูมิภาค แต่สิ่งสำคัญต้องมีความร่วมมือภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้อง

WeTVปรับตัวตามตีมันต์เพิ่มฐานลูกค้าใหม่

นางสาวกนกพร ปรัชญาเศรษฐี ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและการขาย และผู้จัดการ WeTV ประจำประเทศไทย บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย) จำกัด เสริมว่า WeTV ปรับตัวมาให้สอดคล้องกับตลาดและการเติบโตของคอนเทนต์ในภูมิภาคเอเชีย โดยแนวโน้มผู้ประกอบการต่างๆ ได้มีการร่วมมือกับผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือในการทำตลาดและออกแพ็คเกจมากขึ้น ช่วยดึงกลุ่มลูกค้า

มีผลการสำรวจพบว่า คนสนใจบริโภคคอนเทนต์จากจีนเพิ่มขึ้น 27% โดยฐานกลุ่มผู้ชมจากเดิมที่มี กทม.และปริมณฑลเป็นหลัก ได้ขยายสู่จังหวัดเล็กและหัวเมืองรองเพิ่มมากขึ้น และมีกลุ่มผู้สูงอายุสนใจดูมากขึ้น จึงได้เพิ่มพากย์ไทยมารองรับ แต่ฐานผู้ชมหลักของแพลตฟอร์มเป็นผู้หญิงถึง 80-90%

“เอไอเอส”แค่ธุรกิจมือถือไม่เพียงพอ

สำหรับประเทศไทยเอง คอนเทนต์โปรดิวเซอร์ มีการแข่งขันที่มีสีสน่มากขึ้นหลัง AIS PLAY ภายใต้บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส เข้ามาทำตลาดเมื่อ 8 ปีที่แล้ว

นางสาวรุ่งทิพย์ จารุศิริพิพัฒน์ หัวหน้าส่วนงาน AIS PLAY กล่าวว่า ล่าสุดผืนภพาร์ตเนอร์ใหญ่ Warner Bros. Discovery ผู้ให้บริการ “Max” ประกาศเปลี่ยนโฉมแอปพลิเคชันจากเดิมที่มีชื่อว่า HBO Go สู่มือถือไทยถือเป็นตลาดแพลตฟอร์ม 1 ใน 7 ประเทศในเอเชีย ประกอบด้วย สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ มาเลเซียและอินโดนีเซีย

ทั้งนี้ เป็นการใช้ศักยภาพโครงข่ายสื่อสารอัจฉริยะทั้งบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต และ 5G ที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ และรวมผลักดันการเติบโตบริการสตรีมมิงในไทย

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า เครือข่าย AIS 3BB Fibre 3 ครอบคลุม 13 ล้านครัวเรือน ด้วยฐานลูกค้า 4.9 ล้านราย และเครือข่าย AIS 5G ครอบคลุม 95% ของพื้นที่ประชากรกับฐานลูกค้า 46.3 ล้านราย โดยมีลูกค้า 5G ที่ 11 ล้านราย

ตลาดสตรีมมิงไทย 1.4 หมื่นล้าน

จากข้อมูลของ Statista ปี 2024 ตลาดสตรีมมิง วิดีโอ ออนไลน์ ติมันต์ ในภาพรวมของประเทศไทยอยู่ที่ 14,000 ล้านบาท อัตราการเติบโตเฉลี่ยราว 12% ส่วนมองให้ลึกจากตัวเลขนี้จะพบว่า ผู้บริโภคไทยใช้จ่ายด้านบันเทิงวีวี และยูวีวี สตรีมมิงเซอร์วิส 25%

ส่วนข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า จำนวนประชากรในไทยปัจจุบันอยู่ที่ 66 ล้านราย อัตราการโทรศัพท์มือถือต่อจำนวนประชากรขึ้นไปแตะ 149% คิดเป็น 98 ล้านบาท อัตราการรับชมโอทีที่ สตรีมมิง อยู่ในสัดส่วน 1 ใน 3 ของประชากร และในกลุ่มผู้ชมนี้ 52% เสพคอนเทนต์ที่เป็นวิดีโอ ออนไลน์ ติมันต์ มากถึง 6 ชั่วโมงต่อวัน

‘ยูทูบ’ ยืน 1 แพลตฟอร์มวิดีโออดนิยมนิยม

นางแจ็กกี้ หวาง ผู้อำนวยการ กูเกิล ประเทศไทย เผยว่า YouTube ยังคงเป็นแพลตฟอร์มที่ครองใจคนไทย โดยคนไทยไม่เข้า YouTube เพื่อรับชมคอนเทนต์อย่างเดียว แต่ต้องการรับชมคอนเทนต์ที่น่าเสนอผ่านมุมมองที่เป็นเอกลักษณ์เสียงที่หลากหลายและคอนเทนต์แบบเอ็กซ์คลูซีฟที่หาไม่ได้จากที่อื่น

สำหรับการสร้างรายได้ของยูทูบมีอยู่หลายรูปแบบ ทั้งจากการโฆษณา, บริการสมาชิกแบบไม่มีโฆษณา YouTube Premium, ฟีเจอร์ที่ให้ผู้ชมจ่ายเงินเพื่อส่งข้อความหรือสติ๊กเกอร์ระหว่างไลฟ์สตรีม Super Chat และ Super Stickers, การสมัครสมาชิกช่อง และ YouTube Shopping โปรแกรมแอปพลิเคชันที่เหล่าครีเอเตอร์สร้างรายได้ผ่านการแนะนำสินค้า

Netflix ส่ง “ละคร” ไทยไปทั่วโลก

สำหรับความเคลื่อนไหวของแพลตฟอร์มสตรีมมิงระดับโลกอย่าง Netflix ในไทย

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,250

Section: First Section/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 25 พฤศจิกายน 2567

ปีที่: 38

ฉบับที่: 12779

หน้า: 1 (ซ้าย), 4

Col.Inch: 160.91 Ad Value: 201,137.50

PRValue (x3): 603,412.50

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'ศึกสตรีมมิง' ซิงตลาดหมิ่นล้าน

นอกจากให้ทุนผลิต Thai original content ที่ทำมาต่อเนื่อง แต่ปีนี้จับมือกับช่องทีวีมาก ชื่นนำ “ละครไทย” ที่ Netflix ไม่ได้ผลิตออก เผยแพร่ ประกอบด้วย

1. ช่อง 7HD ที่จับมือ Netflix ครั้งแรก เมื่อเดือน เม.ย.ที่ผ่านมา เพื่อนำละครย้อนยุคฟอร์มยักษ์ “รอยรักรอยบาป” ฉายบนแพลตฟอร์มสตรีมมิงที่รับชมได้ 190 ประเทศ ซึ่งผลตอบรับดีขึ้นอันดับ 1 รายการทีวีอันดับสูงสุดของไทย หลังออกอากาศเพียง 2 ตอน

2. ช่อง One31 ที่ส่งซีรีส์ฟอร์มยักษ์แห่งปีเรื่อง “แม่หยั่ว” (The Empress of Ayodhya) ออกเผยแพร่ทาง Netflix เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งช่องทาง และครองอันดับ 1 รายการทีวีอันดับสูงสุดของไทยได้ในทันทีที่ได้รับการสตรีมมิง

3. ช่อง 3 ส่งละครออกอากาศแบบคู่ขนานผ่าน Netflix ตั้งแต่ปี 2564 นำร่องโดยละคร 6 เรื่อง เช่น ให้รักพิพากษา (Dare to Love) โดยต่อโมเดลธุรกิจที่เรียกว่า DOB (Date-of-Broadcast) ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน โดยปี 2567 มีละครย้อนยุคเรื่อง “หนึ่งในร้อย” ที่ขึ้นอันดับ 1 รายการทีวีอันดับสูงสุดของไทยทาง Netflix ได้

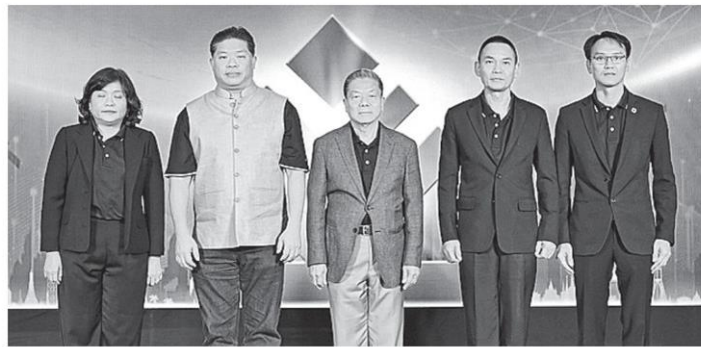
นายสุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์ กรรมการผู้อำนวยการ สายงานธุรกิจทีวี กล่าวว่า เป็นการเพิ่มฐานผู้ชมและเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายลิขสิทธิ์ละครไปออกอากาศยังต่างประเทศ และเป็น Soft Power ที่ส่งออกให้ต่างชาติรู้จักละครไทยมากขึ้น

กทปส.หนุนเงินทุนงานวิจัยต่อยอดพัฒนา

เมื่อวันที่ 24 พ.ย. ผู้สื่อข่าวรายงานว่า กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ได้จัดงาน BTTP Showcase 2024 ขึ้น ภายใต้สโลแกน “ส่งต่อพลังหนุน ส่งทุนสร้างสิ่งดี” เพื่อนำผลงานบางส่วนจากโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. มาจัดแสดงให้เห็นถึงนวัตกรรมจากงานวิจัยและพัฒนาโดยฝีมือคนไทย ไปเมื่อวันที่ 22 พ.ย. ที่ผ่านมา โดยมี ศ.คลินิก นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์ ประธานกรรมการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เป็นประธานเปิดงาน โดย กทปส. ในฐานะกองทุนที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อสนับสนุนเงินทุนแก่หน่วยงานที่ยื่นเสนอโครงการขอรับทุนสนับสนุนนำไปทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมถึงพัฒนาบุคลากรในสายงาน ทั้งเพื่อประโยชน์สาธารณะและประโยชน์ในการนำไป

ต่อยอดในเชิงอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ตามภายในงานยังจัดให้มีเวทีเสวนาในหัวข้อ “เขียนอย่างไรให้ได้ทุน” โดย ดร.ชัย วุฒิวิวัฒน์ชัย ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ คณะกรรมการบริหาร กทปส. และ ดร.คามพ์ สุคนทรทรัพย์ คณะทำงานกึ่งกรองโครงการและงบประมาณที่ใช้จ่ายจากเงินกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ ซึ่งเป็นแนวทางในการเขียนโครงการแก่ผู้ที่ประสงค์จะยื่นขอรับทุนสนับสนุนจาก กทปส. และยังมีน้อง ๆ ตัวแทนเยาวชนคนรุ่นใหม่จากโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์มาร่วมแสดงออกทางความคิดในหัวข้อ “สร้างสรรค์นวัตกรรมไทยและงานวิจัยกับเยาวชนคนรุ่นใหม่” และพูดคุยกับศิลปินคนพิเศษ แคน-อดิรุช กิตติพัฒนะ ในหัวข้อ “นวัตกรรมกับบทบาทในชีวิตประจำวัน”.



เปิดงาน ส.คลินิก นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์ ประธาน กสทช.
เปิดงาน BTPP Showcase 2024 เพื่อนำผลงานบางส่วนจากโครงการที่ได้
รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. มาจัดแสดงที่ศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์

เมื่อเทคโนโลยี AI เขย่าโทรคมนาคมไทย! ในประเด็น ศาสตราจารย์คลินิก นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์

ประเทศไทยกำลังผ่าน “บททดสอบ” เหล่านี้จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ ด้านสื่อสารโทรคมนาคม ในยุคที่ AI เข้ามาเปลี่ยนโฉมหน้าทำลาย คบคู้ นโยบาย Cloud First Policy ต้น ไทยศูนย์กลาง Tech ภูมิภาค การกิจ ของ “ศาสตราจารย์คลินิก นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์ ประธาน กสทช.” จึงโดดเด่นท่ามกลาง “คลื่นใต้น้ำ” แต่ “ประธานหมอ กสทช.” คนนี้ก็ ยืนหยัดสู้แบบ “หมัดต่อหมัด” ด้วย บทบาทที่น่าสนใจ

ในฐานะที่ให้ความสำคัญกับเรื่อง AI มากกสทช.จะขับเคลื่อนอย่างไร? ประธาน กสทช. : ผมคิดว่า AI (Artificial Intelligence) หรือ ปัญญาประดิษฐ์ จะเป็นส่วนสำคัญ อย่างยิ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ที่ผมชอบพูดเรื่อง AI ก็เพราะว่า การเข้าถึง AI ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับ นั่นคือการเชื่อมต่อ (connectivity) และฐานข้อมูล (big data) ซึ่งในฐานะ ประธาน กสทช. เราต้องบริการเชื่อมต่อ ให้ทั่วถึงและเท่าเทียม หมายความว่า คุณภาพต้องดี ราคาต้องถูก หรือต้อง มีทางเลือกในการเชื่อมต่อ เช่น แบบ ไร้สาย หรือเคเบิล ที่ทำให้ประชาชน เข้าถึงได้ ในส่วนของข้อมูลพื้นฐาน

Cell Broadcast และการต่อสู้ กับภัยไซเบอร์และ Call Center ผม ยังมี พ.ต.อ.ประเวศน์ มูลประมุข อดีตเลขาธิการ ปปท. ที่ดูเรื่องระเบียบ และกฎหมาย ไม่ให้เกิดการกระทำ ผิดหรือคอร์รัปชัน และยังมีอีกหลาย คนที่เชี่ยวชาญในหลายๆด้าน ผมเชื่อว่าอำนาจเป็นขององค์กร ไม่ใช่คนใดคนหนึ่ง ที่สำคัญคือความ ถูกต้อง โปร่งใส และการมีส่วนร่วม ของภาคประชาชน ผมเป็นคนแรก ที่ทำให้การประชุมบอร์ด กสทช. เป็น แบบสาธารณะตามมาตรฐานระเบียบ ที่เขียนมาคล้ายคลึงกับ FCC ของสหรัฐฯ ซึ่งการประชุมแบบเปิดเผยถูกต้องด้าน อยู่ไม่น้อย ถึงขนาดมีความพยายาม บอยคอตไม่เข้าประชุมอยู่หลายครั้ง ในขณะนั้นมองว่าอุปสรรคใน กสทช. คืออะไร? ประธาน กสทช. : กสทช. ขับเคลื่อน ด้วยหลักความเป็นอิสระและคล่องตัว ในรูปคณะกรรมการกำกับดูแล หรือ Regulatory Commission ตาม ทฤษฎีของนักเศรษฐศาสตร์ Alfred Kahn ในฐานะที่ผมเข้ามาบริหาร ไม่ใช่พนักงานเมืองอาชีพ และไม่ใช่ว่าข้าราชการอาชีพ จึงไม่มีวาระซ่อนเร้น

สิ่งที่มีสังคมเคยหาว่าเป็นหมอจะ รู้เรื่องอะไรใน กสทช. ยังมีอยู่หรือไม่? ประธาน กสทช. : ถึงแม้ว่าเราเป็นหมอ ก็ไม่ได้รู้ทุกเรื่อง แต่เลือกเรื่องที่เรา มี ความสามารถมารับใช้สังคม ผมเป็น อาจารย์แพทย์ ตั้งแต่วันที่กลับมาจาก สหรัฐฯ ตั้งใจรับใช้ชาติ ศาสน์ กษัตริย์ และทิ้งรายได้ที่สหรัฐฯ ไป โดยกลับ มาประจำที่โรงพยาบาลรามธิบดี จน เกษียณอายุราชการ จนบางครั้งผม ดิฉันว่าผมเป็นประธาน กสทช. คนแรก ที่เป็นแพทย์ และไม่ใช่นักข่าวหรือ อาจารย์สังคมศาสตร์ นิติศาสตร์หรือ วิศวกรรมศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงนี้ ย่อมเป็นอะไรที่ท้าทายต่อผู้ที่เคยมี อำนาจและต้องการกำผลประโยชน์ ส่วนตัวผมเชื่อในการทำงานกัน เป็นทีมเลือกคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้และ ประสบการณ์ เช่น คุณพร นริพทะพันธุ์ ซึ่งช่วยเขียนนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ให้พรรคเพื่อไทยและขอมออกจาก การบริหารพรรคเพื่อไทย เพื่อมาช่วยดูเรื่องเทคโนโลยีนวัตกรรม เศรษฐศาสตร์ และวิศวกรรมศาสตร์ ที่ผ่านมาก็ช่วยขับเคลื่อนระบบ

มีผู้ใหญ่ในบ้านเมืองหลายคนที่ผมเคย
ปรึกษาเพราะทำงานให้กับโรงพยาบาล
รามารับตีความเข้าใจที่คิดว่าผมเป็น
คนของใคร คืออุปสรรคของการทำ
งานเป็นการสร้างความเกลียดชัง และ
พยายามผลักดันให้ผมพ้นจากตำแหน่ง
เพื่อกลับไปบริหารองค์กรในรูปแบบ
เดิมๆและใช้อำนาจตามใจโดยปราศจาก
การตรวจสอบของประชาชนที่น่าเสียใจ
คือบางองค์กรที่อ้างว่าทำเพื่อประชาชน
กลับเป็นเครื่องมือในการหาประโยชน์
ให้กลุ่มคนที่มีอุปการคุณ

เรื่องควรวรรณDTACกับTRUE
ประเมินอย่างไรบ้าง?

ประธาน กสทช. : ผมจบมาจาก
สหรัฐอเมริกาและเข้าใจกับนิยามการ
ผูกขาด หรือ Monopoly ดี เพราะ
สหรัฐฯเป็นต้นฉบับของการสร้างการ
แข่งขันที่เท่าเทียม หากอุตสาหกรรม
ขึ้นลงบนตลาดเสรีก็ย่อมไม่ต้องกำกับ
ดูแลแต่ก็ต้องดูว่าเรากำกับดูแลอะไร
กสทช.กำกับดูแล “คลื่นความถี่” ต้อง
ให้คนทั่วไปเข้าถึงได้ ไม่ให้เกิด
การค้ำกำไรหรือเอาเปรียบผู้บริโภค ส่วน
ตลาดนั้นประเทศไทยมีคณะกรรมการ
กำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า ซึ่ง
มีเครื่องมือในการตรวจสอบตลาด
หน้าที่แตกต่างกัน

ประธานจะให้ความสำคัญเรื่องอะไร
ในวาระที่เหลืออีก 3 ปีจากนี้?
ประธาน กสทช. : เรื่องสำคัญเร่งด่วน
คือมาตรฐานความปลอดภัยและ
ความน่าเชื่อถือของระบบเรากำลัง
วางกรอบนโยบายการป้องกันโครง
ข่ายจากการโจมตีทางไซเบอร์
การเข้ามามีข้อมูลส่วนบุคคล หรือการใช้
AI เพื่อเข้ามาแทรกแซงโครงข่าย
หรือการทำ deepfake
ด้วยภาพและเสียง สำหรับ
เทคโนโลยีในอีก 3 ปี
มาตรฐาน 6G จะต้องถูก
กำหนดว่าประเทศไทยจะ
อยู่ส่วนไหนเราไม่ยอม
เป็นแค่คนถูกบังคับซื้อ
อุปกรณ์แต่กำหนดเอง
ได้ว่าจะทำอะไรให้
อุตสาหกรรมและ
ประชาชนได้ประโยชน์
สูงสุด เช่น การใช้
คลื่นความถี่ 6GHz
เพื่อ WiFi จะทำให้
ประชาชนเข้าถึง
เทคโนโลยี AR/VR
หรือ AI ได้ในราคาถูกลงกว่า
เป็นต้น รวมถึงการเข้ามา

ของดาวเทียมวงโคจรต่ำที่จะ disrupt
อุตสาหกรรมบางส่วนสุดท้ายคืออนาคต
ของทีวีและวิทยุ ซึ่งทั้ง
โฆษณาและผู้ผลิต
ขณะนี้ล้มหายตายจาก
ไปต้องปรับโครงสร้าง
ตรงนี้และต้องให้
แนวทางอุตสาหกรรม
เพื่อตัดสินใจ



ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 80,000
Ad Rate: 1,288

Section: First Section/บริษัทจดทะเบียนด้านสาธารณูปโภค

วันที่: จันทร์ 25 พฤศจิกายน 2567

ปีที่: 31

ฉบับที่: 7555

หน้า: 1 (บนขวา), 9

Col.Inch: 38.98

Ad Value: 50,206.24

PRValue (x3): 150,618.72

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: THCOM โซว์รักษาสิทธิวงโคจรสำเร็จ ดาวเทียมไทยคม 9A พร้อมให้บริการไตรมาส 1/68



THCOM โซว์รักษาสิทธิวงโคจรสำเร็จ

● ดาวเทียมไทยคม 9A พร้อมให้บริการไตรมาส 1/68

“ไทยคม” ประกาศความสำเร็จ นำดาวเทียม THAICOM-9A มารักษาสิทธิวงโคจร 50.5 องศาตะวันออก เปิดโอกาสขยายธุรกิจตลาดใหม่และรองรับอุตสาหกรรมอวกาศในอนาคต พร้อมให้บริการแก่ลูกค้าในช่วงไตรมาส 1/68

นายปฐมภพ สุวรรณศิริ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) หรือ THCOM กล่าวว่ายไทยคมได้ประสบความสำเร็จในการรักษาสิทธิในการเข้าใช้วงโคจร 50.5 องศาตะวันออกให้กับประเทศไทยก่อนที่จะสิ้นสุดลงในวันที่ 27 พ.ย. 2567 นี้ ด้วยการจัดหาดาวเทียมสื่อสารของบริษัทพันธมิตรมาประจำที่วงโคจรดังกล่าว ซึ่งความสำเร็จในครั้งนี้จะมาช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้กับประเทศไทย และเปิดโอกาสให้ไทยคมได้ขยายธุรกิจตลาดใหม่ ๆ พร้อมรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมอวกาศให้กับประเทศไทยได้ต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ บริษัท ทีซี เอสเซจ คอนเน็ค จำกัด หรือ TCSC บริษัทในเครือไทยคมได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียมในตำแหน่งวงโคจร 50.5 องศาตะวันออก เป็นระยะเวลา 20 ปี จากคณะ



ปฐมภพ สุวรรณศิริ

กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

โดยมีเงื่อนไขสำคัญให้ช่วยรักษาสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรของประเทศไทย แต่

ด้วยระยะเวลาที่จำกัดจึงไม่สามารถสร้างดาวเทียมใหม่ ซึ่งโดยทั่วไปต้องใช้เวลามากกว่า 3 ปี ไทยคมจึงนำความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม พร้อมทั้งร่วมมือกับพันธมิตรระดับโลก จัดหาดาวเทียมสื่อสารของบริษัทพันธมิตร มายังตำแหน่งวงโคจร 50.5 องศาตะวันออก เพื่อทำการรักษาสิทธิให้กับประเทศไทย และหลังจากที่ประสบความสำเร็จในการนำดาวเทียมดวงนี้มาอยู่ในวงโคจรแล้ว ไทยคมพร้อมให้บริการแก่ลูกค้าในช่วงไตรมาส 1/2568 ภายใต้ชื่อ ‘ดาวเทียมไทยคม 9A’

สำหรับตำแหน่งวงโคจร 50.5 องศาตะวันออก อยู่เหนือ่านฟ้าด้านตะวันตก มีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมตั้งแต่ภูมิภาคยุโรปไปจนถึงเอเชีย รวมถึงประเทศไทย ไทยคมจึงเริ่มให้บริการในประเทศไทย และประเทศเป้าหมายอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชีย จากนั้นจะหาโอกาสในการขยายตลาดไปยังตะวันตกของประเทศไทยมากขึ้น เช่น ในพื้นที่ยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง ■