

# บทที่ 4

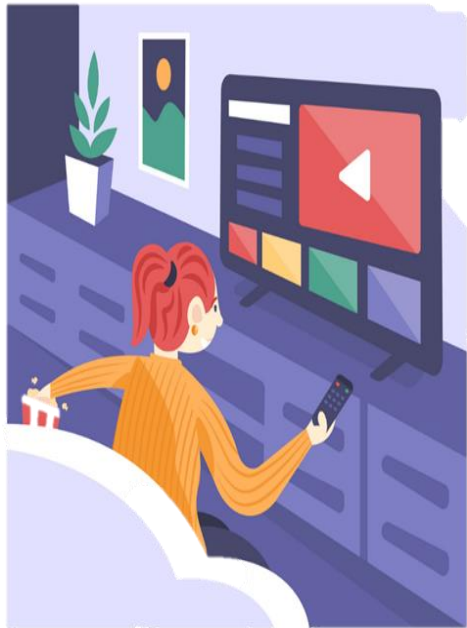
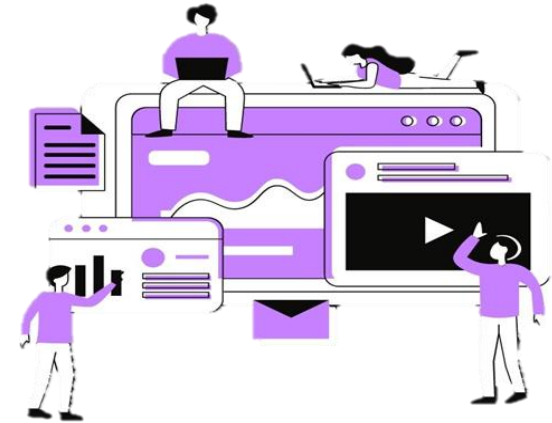
## TV

### แพลตฟอร์มโทรทัศน์ออนไลน์



# จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญ

**Analog** → **Digital**  
(แอนะล็อก) (ดิจิทัล)



**Platform** → **Platform**  
เดิม online

## ทีวีดิจิทัลหรือโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Digital television)

เป็นระบบการส่งผ่านสัญญาณ ภาพวิดีโอและเสียง

ซึ่งแต่เดิมระบบการรับสัญญาณโทรทัศน์ในบ้านเราใช้เป็นระบบแอนะล็อก แต่ระบบดิจิทัลมีจุดเด่นกว่าระบบแอนะล็อกทั้งในด้านความคมชัดของภาพและเสียง และการส่งข้อมูลแบบดิจิทัลสามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบเดิม (Multicasting)

หลายประเทศได้พัฒนาระบบการรับส่งสัญญาณดิจิทัลไปอีกระดับหนึ่ง เช่น โทรทัศน์จอกว้าง (Wide Screen) โทรทัศน์ความคมชัดสูง (HDTV) ในขณะที่ระบบอะนาล็อกไม่สามารถพัฒนาประสิทธิภาพได้



# จุดด้อยของระบบการส่งสัญญาณแบบเดิม (แอนะล็อก)

1. หากอยู่ใกล้อุปกรณ์ไฟฟ้าหรือแม่เหล็ก อาจส่งผลให้ภาพไม่คมชัด
2. หากมีสัญญาณอื่นที่ส่งมาจากสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์มารบกวนจะทำให้การรับสัญญาณไม่คมชัด
3. หากโทรทัศน์ที่รับสัญญาณอยู่ในพื้นที่ที่มีสิ่งปลูกสร้างอย่างตึกหรือภูเขาบังการรับสัญญาณโทรทัศน์ทำให้ให้เครื่องรับไม่สามารถรับสัญญาณได้ดี
4. แบบแอนะล็อกไม่สามารถบีบอัดสัญญาณได้ทำให้ต้องใช้ความถี่มากในการส่งทำให้มีสถานีน้อย
5. การส่งสัญญาณอื่น ๆ ไปพร้อมกับสัญญาณแบบแอนะล็อกทำได้โดยยาก เพราะจะมีผลต่อการรบกวนคลื่นสัญญาณ
6. ช่องสัญญาณน้อย ไม่เพียงพอต่อการใช้งานที่มีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ



# จุดเด่นของระบบการส่งสัญญาณแบบใหม่ (ดิจิทัล)

1. ระบบดิจิทัลมีระบบการบีบอัดสัญญาณ (Digital Compression) ทำให้สามารถส่งรายการต่อช่องได้มากขึ้น จากเดิม 1 ช่องส่งได้ 1 รายการแต่ระบบดิจิทัล 1 ช่องจะสามารถส่งได้ถึง 4-6 รายการ ทางภาคพื้นดิน และ 8-10 รายการทางดาวเทียม
2. สามารถให้บริการเสริมอื่น ๆ ได้ (ในกรณีที่กฎหมายอนุญาต)
3. สามารถรับชมขณะอยู่ในพาหนะเคลื่อนที่ได้ เช่น รับชมโทรทัศน์บนรถยนต์ได้
4. สามารถให้บริการฟรี (Free to Air) หรือบริการเก็บค่าสมาชิกได้
5. เนื่องจากเครื่องส่ง 1 เครื่อง สามารถส่งได้หลายรายการ ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อรายการลดลง (จากเดิม 1 ช่องส่งได้ 1 รายการ)





# จุดเด่นของระบบการส่งสัญญาณแบบใหม่ (ต่อ)

6. ระบบดิจิทัล สามารถพัฒนาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นได้เพื่อรองรับเทคโนโลยีในการส่งและรับโทรทัศน์ในอนาคตได้ เช่น โทรทัศน์จอกว้าง (Wide Screen) โทรทัศน์ความคมชัดสูง (HDTV) ในขณะที่ระบบแอนะล็อกไม่สามารถพัฒนาประสิทธิภาพได้
7. เนื่องจากระบบดิจิทัลนั้น เครื่องส่งใช้กำลังออกอากาศลดลงทำให้ประหยัดพลังงาน
8. ข้อที่สำคัญที่สุดก็คือ คุณภาพในการรับชมดีขึ้น ไม่มีเงา การรบกวนน้อย เพราะถ้าจะรับได้ชัด ก็ชัดเลย แต่ถ้าอยู่ในที่รับไม่ชัดก็จะรับไม่ได้





## ช่องรายการทีวีดิจิทัล

Free-DTV Channel List (ช่องรายการสำหรับกล่องรับสัญญาณ)

 1 HD	 2 HD	 3 HD	 4	 10	 11	 16
 18	 22	 23	 24	 25	 27	 29
 30 HD	 31 HD	 32 HD	 33 HD	 34 HD	 35 HD	 36 HD

# ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยน

ประชากร ทั้งในเมืองและต่างจังหวัด  
เพียงร้อยละ 30-40 ชมรายการโทรทัศน์ทีวีผ่านจอ TV  
ส่วนที่เหลือดูย้อนหลังผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ

แพลตฟอร์มการรับชมทีวีของคนไทย

- ทีวีแอนะล็อก รับชมผ่านเสารับสัญญาณก้างปลา
- ทีวีดิจิทัล ผ่านจานรับสัญญาณดาวเทียม
- ทีวีดิจิทัล ผ่านสายเคเบิล โครงข่ายอินเทอร์เน็ต

Free TV และ Pay TV





**แต่ก่อน** เราเข้าถึงความบันเทิง ข่าวสารต่างๆ ได้แค่ไม่กี่ช่องทาง ถ้าอยากดูละคร ดูข่าว ก็อาศัยทีวีรับสัญญาณผ่านคลื่นความถี่ ดาวเทียม หรือ เคเบิล ซึ่งตัวผู้ส่งสัญญาณ หรือ ‘ช่อง’ จะมีต้นทุนที่สูงมากในการเช่าอุปกรณ์ส่งสัญญาณ หรือ ซื้อสัมปทาน ทำให้คอนเทนต์ต่างๆ ที่เราเสพกัน มาจากช่องทางไม่กี่ช่องทาง



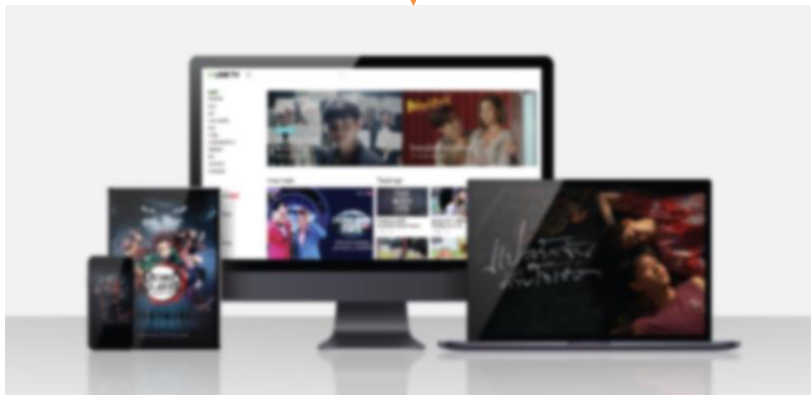
**ผลวิจัย พบว่า** แม้ผู้ชมไทยจะมีอัตราการดูทีวีจากจอทีวีลดลง แต่ความจริง คือผู้ชมยังคงดูฟรีทีวีเพียงเปลี่ยนแพลตฟอร์มการรับชมเท่านั้น เปลี่ยนเป็นแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของแต่ละเพศวัย ทั้งการดูจากจอพีซี สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต

**กลุ่มที่เติบโตสูง** คือ การดูทีวี หรือ ละครย้อนหลังผ่าน YouTube ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คอนเทนท์คือสิ่งที่ผู้ชมเลือก แตกต่างกันที่แพลตฟอร์มการรับชมเท่านั้น



# Over-the-top TV

**OTT TV** เป็นช่องทางการรับชมคอนเทนต์ที่  
ผู้ชมเลือกใช้งาน เนื่องจากสามารถรับชมคอนเทนต์  
ในเวลาใดและจากที่ใดก็ได้ตามต้องการเพียงผ่าน  
อุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

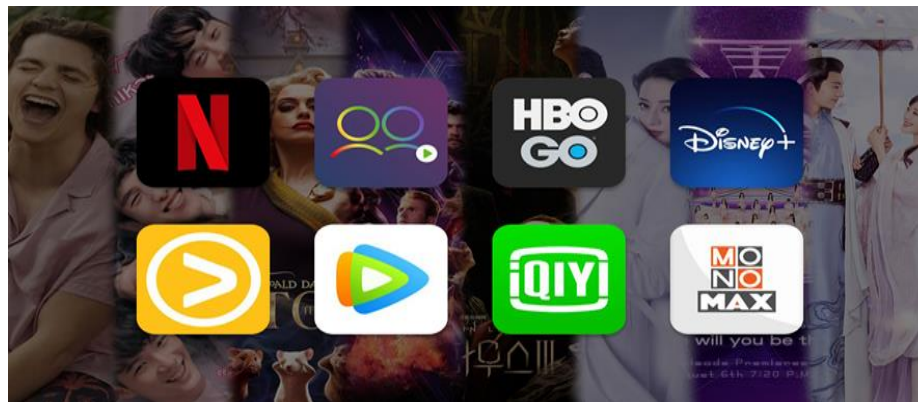


# OTT TV หรือ Over-the-top TV หมายถึง

การให้บริการคอนเทนต์โดยผู้ให้บริการไม่ได้เป็นเจ้าของโครงข่ายเอง แพลตฟอร์มก็หมายถึง แพลตฟอร์มที่วีออนไลน์

- ▶ ซึ่งมีทั้งผู้ให้บริการทีวีเจ้าเก่าอย่าง Workpoint
- ▶ ผู้ประกอบการโทรคมนาคมที่ลงมาทำเอง เช่น AIS play TrueID
- ▶ จนถึงแพลตฟอร์มเก็บเงินค่าบริการ อย่าง Netflix WeTV Viu

ตัวอย่างแพลตฟอร์ม เช่น iFlix Netflix Amazon Prime Line TV WeTV Viu  
iQIYI HBO GO



# รูปแบบการให้บริการของ OTT TV มี 4 ประเภท

1. **Subscription Video on Demand (SVOD)** เป็นรูปแบบการหารายได้จากการเก็บค่าบริการสมาชิก โดยผู้ใช้สามารถรับชมคอนเทนต์รายการที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ
2. **Subscription Linear (SLIN)** เป็นรูปแบบการหารายได้จากการให้บริการรับชมคอนเทนต์ออนไลน์ แบบมีผังรายการ โดยผู้ใช้จะรับชม คอนเทนต์ได้แบบสด ๆ ตามเวลาที่ออกอากาศตามผังรายการที่กำหนด





# รูปแบบการให้บริการของ OTT TV มี 4 ประเภท (ต่อ)

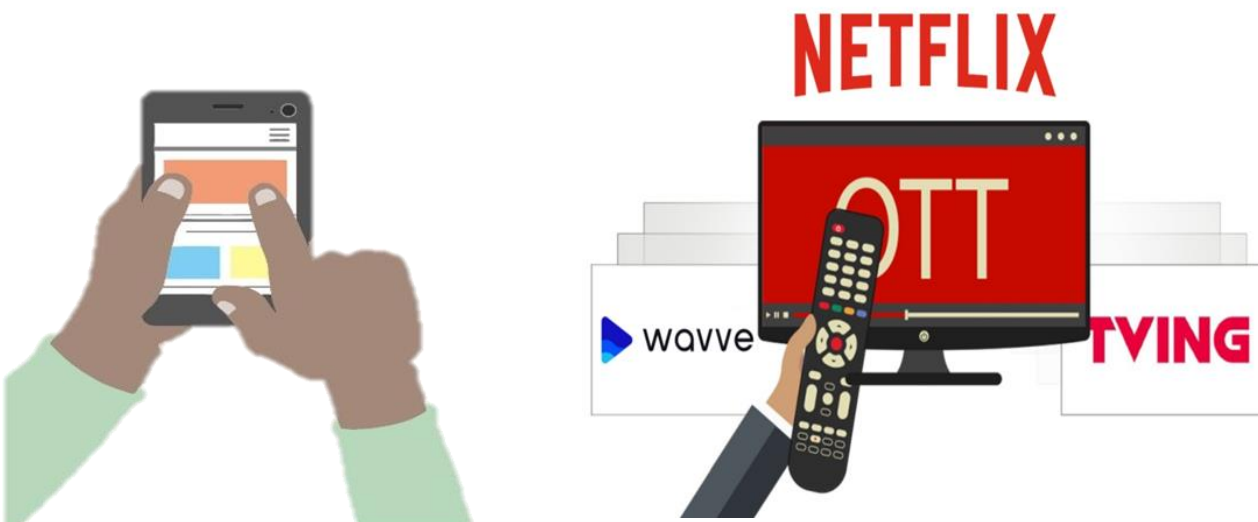
**3. Digital Rental** เป็นรูปแบบการหารายได้จากการให้บริการคอนเทนต์แบบครั้งเดียวจบ โดยผู้ใช้จะจ่ายค่าบริการเป็นรายครั้งเมื่อรับชมคอนเทนต์

**4. Election Sell Through (EST)** เป็นรูปแบบการหารายได้จากค่าบริการดาวน์โหลดเนื้อหา โดยผู้ใช้จะจ่ายค่าบริการ 1 ครั้งต่อการดาวน์โหลด 1 เนื้อหา ซึ่งคอนเทนต์ดังกล่าวจะสามารถเก็บไว้รับชมกี่ครั้งก็ได้ ในเวลาใดก็ได้ตามต้องการ



ในปี 2563 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ให้บริการ OTT TV ในรูปแบบ SVOD คิดเป็นเกือบ 8 เท่า ของจำนวนผู้ให้บริการในรูปแบบ SLIN

ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ให้บริการ OTT TV ในประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการรับชมแบบตามความต้องการ (on-demand service) ซึ่งมีความยืดหยุ่นในการรับชมมากกว่าการรับชมแบบสด



**ดังนั้น** ในอุตสาหกรรมที่วีดิทัศน์ การเร่งสร้าง  
ทีมงาน และสร้างแพลตฟอร์มรับชมรายการย้อนหลังให้ได้  
ดีที่สุด คือ โอกาสอยู่รอด

**Content** หรือ **เนื้อหา** จึงยังเป็นจุดสำคัญในการ  
**ดึงดูด**ผู้บริโภคและเอเจนซี เพราะถ้าผู้ผลิตลงทุนสร้าง  
แพลตฟอร์มออนไลน์เอง แต่ไม่มีคนดูธุรกิจก็เดินต่อไป  
ไม่ได้

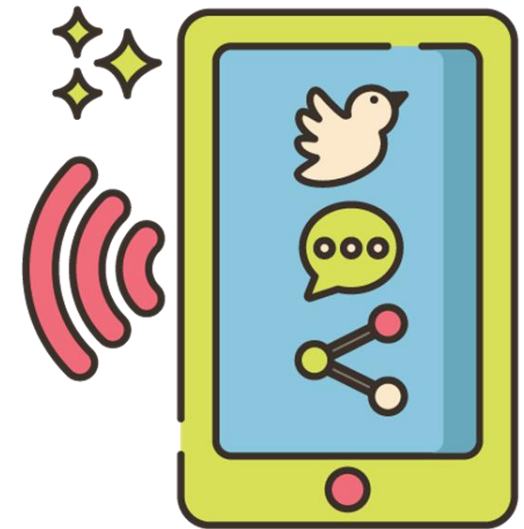
ดังนั้นการทำเนื้อหาออกมาให้**ตรงกลุ่มเป้าหมาย**  
ทั้งเฉพาะกลุ่ม และวงกว้าง จะช่วยให้ช่องที่ยังไม่มีผู้ชมมาก  
นัก สามารถมีพื้นที่ และขึ้นค่าโฆษณา 15% เหมือนที่ช่อง  
ใหญ่ ๆ ทำกัน



คนที่ทำวีดิทัศน์ต้องรู้ คำตอบสุดท้ายถ้าอยาก Go Online  
คือ **ต้องมีแพลตฟอร์มเป็นของตัวเอง**

ปัจจุบันผู้เล่นในอุตสาหกรรมที่วีดิทัศน์ ได้นำ  
รายการของตนเองขึ้นไปเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ทั้ง  
YouTube, Facebook รวมถึง Line TV เพื่อเพิ่มโอกาส  
การรับชมจากผู้บริโภคมากขึ้น โดยเนื้อหารายการก็มีทั้ง  
แบบเทพรายการย้อนหลัง และเป็นรายการที่ถ่ายทอดสด  
แบบออกคู่ขนานกับช่องรายการปกติ

หลายราย เลือกใช้วิธีสร้างแพลตฟอร์มการรับชม  
ออนไลน์ขึ้นมาเป็นของตนเอง เช่น Bugaboo.tv ของช่อง 7



ช่วยให้มีรายได้จากการขายโฆษณาได้อย่างเต็มเม็ด เต็มหน่วย เพราะไม่ต้องถูกแพลตฟอร์มฝากวิดีโออื่น ๆ หักค่าใช้จ่าย และสามารถควบคุมรูปแบบในการขึ้นโฆษณาของแบรนด์ต่าง ๆ ได้ด้วย

ไม่ต้องกลัวว่าทำแพลตฟอร์มออนไลน์เองแล้วเอเยนซีจะไม่สนใจ ถ้ามีผู้บริโภคน่าสนใจเข้าชม พร้อมกับมีระบบวัดผลการเข้าชมที่ชัดเจน อย่งไรเอเยนซีก็เข้าไปซื้อพื้นที่โฆษณาให้กับแบรนด์ต่าง ๆ อยู่ดี แต่ถ้าทางช่องอยากขายโฆษณาได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การขายแบบแพ็คเกจ หรือผู้ระหว่างช่องทีวีดิจิทัล กับช่องทางออนไลน์เข้าด้วยกัน จะช่วยสร้างมูลค่าช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้นด้วย





## แอปพลิเคชันของ Broadcaster



## แอปพลิเคชัน Social Media และ Video On Demand Streaming



# บทสรุป โลกเปลี่ยน เราต้องปรับ

ความสะดวก  
ความหลากหลายของเนื้อหา  
เลือกชมได้ตลอดเวลา  
ทุกสถานที่  
บ่อยครั้งเท่าที่ต้องการ  
ดาวน์โหลดมาเก็บไว้ได้

