

รายงาน Kakao และ Naver ของเกาหลีใต้กำลังสร้างความแข็งแกร่งด้าน OTT platform



Kakao และ Naver 2 บริษัทผู้นำด้าน messenger และ portal providers ในเกาหลีใต้กำลังเพิ่มความแข็งแกร่งด้าน OTT platform (Over The Top – แพลตฟอร์มการบริการถ่ายทอดคอนเทนต์ทางออนไลน์) ของบริษัทเพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ที่สะสมมานานหลายปีได้อย่างกว้างขวาง ผู้สังเกตการณ์อุตสาหกรรม กำลังรอดูว่าบริษัททั้ง 2 แห่งนี้จะสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาด ที่ถูกครอบครองโดยบริษัทโทรคมนาคมของเกาหลี หลายบริษัท และ Netflix ที่เป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ด้าน global content มาได้หรือไม่ ปัจจุบันตลาด OTT ในประเทศเกาหลีใต้เกือบ 90% ถูกครอบครองโดย 3 บริษัท ได้แก่ SK Telecom, KT และ LG Uplus ถ้าหากดำเนินการเข้าถือครองลิขสิทธิ์ CMB and D'Live ได้สำเร็จ ทั้ง 3 บริษัทจะครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า 95%

ตั้งแต่วันที่ 1 ก.ย. 63 เป็นต้นไป บริษัท Kakao (เหมือนกับ Line ในประเทศไทย) จะเพิ่ม OTT platform ของบริษัทเองที่ใช้ชื่อว่า KakaoTV เพื่อ stream original content ที่ถูกพัฒนาโดยบริษัท Kakao M ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ Kakao โดยที่ Kakao จะนำเสนอ VDO สั้นประมาณ 20 นาที ทั้งนี้บริษัทผู้นำด้าน messenger มีกำหนดการเปิดตัว 20 ซีรีส์ ที่มีจำนวนวิดีโอมากถึง 300 คลิปภายในปี 2563 และสามารถรับชมวิดีโอคลิปดังกล่าว ผ่านทาง Kakao Talk หรือแอป Kakao TV ที่ผู้ใช้งาน (users) จะสามารถสนุกสนานไปกับ original content แบบรายวัน ได้นานถึง 70 นาที อย่างไรก็ตาม พนักงานของ Kakao M เปิดเผยว่า “ขณะนี้ OTT platform ในเกาหลีใต้ยังขาด original content ใหม่ๆที่ original content ส่วนใหญ่ถูกรับชมผ่าน YouTube กับ TikTok ส่วนมากถูกพัฒนาขึ้นมาโดยเหล่า creators ที่สร้างชิ้นงานเองคนเดียว และขาดความเป็นมืออาชีพ ดังนั้นจึงต้องโฟกัสไปที่การพัฒนา premium original videos ที่มีความยาวตอนละ 20 นาที

บริษัท Naver (Google ของเกาหลี) กำลังทำ platform ชื่อ Series On ของตนเองให้เป็นที่รู้จักในตลาดด้วยการจ้างกลุ่มคนทำงานหลักที่มีพรสวรรค์ในอุตสาหกรรม และกำลังเข้าถึงพันธมิตรที่หลากหลายด้วย

content providers ทั้งนี้มีการเปิดตัว Series On เมื่อปี 2556 โดยเปิดให้ดาวนโหลดภาพยนตร์และ broadcasts แต่เพิ่งจะเพิ่ม Naver Webtoon series เข้าไปเมื่อปี 2562 ทั้ง Kakao และ IT platforms อื่นๆ ต่างมุ่งมั่นทำงานนานหลายปีเพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานในการพัฒนาและเผยแพร่ content ของบริษัทตนเอง

บริษัท Kakao ได้เข้าซื้อและครอบครองบริษัทผู้ผลิตละคร ภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงและจ้างโปรดิวเซอร์ชื่อดังผ่านบริษัทในเครือที่ชื่อว่า Kakao M นอกจากนี้ยังได้เข้าซื้อ และครอบครองบริษัท entertainment หลายแห่ง เช่น BH Entertainment และ J,WIDE-Company ทำให้การจ้าง celebrities เพื่อทำโปรดัคชั่น และจัดอีเวนต์ได้ง่ายขึ้น ความแข็งแกร่งหลักของ IT



platforms คือทรัพย์สินทางปัญญาอันหลากหลาย ที่ได้มาอยู่ในครอบครอง เพียงแค่ Kakao Page platform เดียวก็มี content สะสมอยู่มากกว่า 7,000 content ซึ่งบาง content ก็ถูกนำมาสร้างเป็นละคร หรือ ภาพยนตร์ แล้วได้รับกระแสความนิยมอย่างล้นหลาม นอกจากนี้บริษัท Kakao ก่อตั้งห้องโง่ content ที่แข็งแกร่งขึ้นมาได้จาก users รายเดือนจำนวน 52 ล้านราย ไม่ต่างจากที่ Kakao M วางแผนจะใช้ประโยชน์จาก webtoons อย่างเต็มที่

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล พิจารณาแล้วเห็นว่า โอกาสของการขายคอนเทนต์ และซีรีส์ของไทย ในปัจจุบัน มายังตลาดเกาหลี ไม่เพียงแต่มีช่องทางการขายทางทีวี หรือเคเบิลทีวี เท่านั้น หากไทยสามารถพัฒนาคอนเทนต์ หรือซีรีส์ให้มีความน่าสนใจ พร้อมมีการแปลเป็นภาษาเกาหลีก็จะสามารถขายผ่านช่องทาง Kakao TV ได้อีกช่องทางหนึ่งในอนาคต ซึ่งมี User ถึง 52 ล้านรายในเกาหลี

ที่มา : https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2020/08/133_294866.html

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล
สิงหาคม 2563