

ไบรท์โคฟตีพิมพ์ผลงานวิจัย เผยข้อมูลเชิงลึกด้าน การเลือกรับ ชำระเงิน และความพึงพอใจที่มีต่อการ โฆษณาใน OTT TV ของผู้บริโภคในประเทศไทย

– ผู้ตอบแบบสำรวจกว่า 70% พร้อมเปิดรับบริการ subscription video on-demand (SVOD) ที่มาพร้อมโฆษณา
ในราคาค่าธรรมเนียมน่าดึงดูด

ไบรท์โคฟ อิงค์ (Brightcove Inc.) (NASDAQ: BCOV) ผู้นำด้านการให้บริการคลาวด์สำหรับวิดีโอ เผยแพร่งาน
วิจัยหัวข้อ Asia OTT Research Report 2019 ซึ่งเป็นการศึกษาตลาด OTT TV ในภูมิภาคเอเชียประจำปี ที่ทำขึ้น
ร่วมกับพันธมิตรด้านการวิจัยอย่างยูโกฟ (YouGov) บริษัทด้านการสำรวจข้อมูลและความคิดเห็นสาธารณะระดับโลก

รายงานฉบับนี้นำเสนอผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสำรวจ 9,000 คน ครอบคลุมทั้ง 9 ประเทศในเอ
เซีย รวมถึงผู้บริโภคจำนวน 1,000 คนจากประเทศไทย โดยแบบสำรวจได้ถูกออกแบบมาให้เปิดเผยข้อมูลเชิงลึก
เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบริการ OTT ตั้งแต่ระดับของการสมัครสมาชิก แรงจูงใจในการสมัครสมาชิ
ก ราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย ความอดทนต่อการโฆษณาและการสมัครสมาชิกบริการแบบมีโฆษณา ไปจนถึงการเปิด
รับประสบการณ์การใช้งานโทรทัศน์ที่ชวนจับจ่าย นอกจากนี้ รายงานดังกล่าวยังได้รับการสนับสนุนจาก Evergent
ซึ่งเป็นผู้ให้บริการชั้นนำด้านโซลูชันการบริหารวงจรการทำธุรกิจผู้ใช้งานบนคลาวด์สำหรับผู้ให้บริการวิดีโอ และ
SpotX แพลตฟอร์มวิดีโอโฆษณาและการหารายได้ระดับโลก

การค้นพบสำคัญในประเทศไทย ได้แก่ :

- ผู้ตอบแบบสำรวจ 40% กล่าวว่า พวกเขาอาจยอมรับแพ็คเกจสมาชิกรายเดือนที่มีราคาถูกลงโดยมีโฆษณาอยู่ด้วย
ตามราคา ขณะที่ 38% ระบุว่าพวกเขาจะลงทะเบียนอย่างแน่นอน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงขนาดตลาดที่มีศักยภาพจากผู้
ตอบแบบสำรวจถึง 78% ที่ชื่นชอบตัวเลือกนี้
- ผู้ตอบแบบสำรวจ 59% ที่อยู่ในสถานะ ‘หมดอายุการใช้งาน’ กำลังวางแผนที่จะสมัครใช้บริการ OTT อีกครั้งใน
อนาคต
- เหตุผลหลัก 3 ข้อในการสมัครรับบริการ OTT หลายครั้ง ได้แก่ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านเนื้อหาสำหรับ
ครอบครัว (45%) การทดลองใช้งานฟรีและโปรโมชัน (44%) และราคาถูกกว่า payTV (34%)
- เมื่อมองถึงอนาคต ผู้ตอบแบบสำรวจในไทย 26% ไม่ต้องการเสียเงินแต่ยอมดูโฆษณาเพื่อแลกกับการบริโภคเนื้อ

หา ในขณะที่ 25% เลือกจ่ายค่าธรรมเนียมในราคาลดลงและยอมเห็นโฆษณาในจำนวนจำกัด และ 17% ระบุว่า
เต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมสูงขึ้นเพื่อจะได้ไม่ต้องเห็นโฆษณาเลย

- เมื่อถามถึงจำนวนเงินที่ยินดีจ่ายสำหรับบริการ OTT ผู้ตอบแบบสำรวจจำนวน 33% ระบุว่าพวกเขายินดีจ่าย
เงินในจำนวนที่น้อยกว่า 1 ดอลลาร์/เดือน ขณะที่ 25% ยอมจ่าย 1-4 ดอลลาร์/เดือน และ 38% ระบุว่าพวกเขา
สามารถจ่ายค่าบริการได้ตั้งแต่ 5-20 ดอลลาร์/ต่อเดือน
- ผู้ตอบแบบสำรวจในไทย 25% ระบุว่ารับได้กับการมีโฆษณา 1 ชิ้นเข้ามาคั่นระหว่างพักรายการ ในขณะที่อีก 18%
ยอมให้มีการโฆษณาคั่นรายการได้ 1-2 ชิ้น
- พีเจอร์ 3 อันดับแรกของบริการ OTT ที่ผู้ตอบแบบสำรวจในไทยต้องการให้มีมากที่สุด ได้แก่ สามารถเข้าถึงได้บน
โทรศัพท์มือถือ (42%) สามารถดาวน์โหลดมาดูแบบออฟไลน์ได้ (38%) และสามารถเข้าถึงผ่านแอป Apple TV,
Android TV หรือ Smart TV ได้ (37%)
- เมื่อถามถึงเสียงตอบรับหากสามารถซื้อสินค้าที่ปรากฏบนหน้าจอทีวีได้ ผู้ตอบแบบสำรวจ 72% ระบุว่ารับได้กับ
แนวคิดในการซื้อของผ่านจอทีวี

Greg Armshaw หัวหน้าฝ่ายขายประจำทวีปเอเชียของไบรท์โคฟกล่าวว่า “การวิจัยของเราแสดงให้เห็นว่าคนไทยมี
ทางเลือกในการรับบริการ OTT มากกว่าประเทศอื่นๆ ในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ตอบ
แบบสำรวจอีก 17% ที่มองว่ามีคอนเทนต์ที่วีออนไลน์ไม่เพียงพอ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้ให้บริการ OTT ควรมุ่งไปที่การ
ตอบสนองฐานผู้ใช้ที่มีขนาดใหญ่พอเพื่อจะให้ได้กำไร เพราะความสามารถในการทำกำไรของ OTT นั้นต้องอาศัยการ
ขับเคลื่อนด้วยการจับกลุ่มลูกค้าที่มีมูลค่ามากที่สุด ผ่านการนำเสนอให้คอนเทนต์ที่มีคุณภาพสูงในราคาต่ำและ
สามารถรับชมได้อย่างไม่สะดุด ไบรท์โคฟจึงเข้าไปร่วมมือกับบรรดาบริษัทสื่อชั้นนำของโลกในการดำเนินธุรกิจด้าน
OTT ของพวกเขา และเราก็ช่วยให้ลูกค้าทุกระดับสามารถสร้างธุรกิจด้านวิดีโอ OTT ที่ทำกำไรขึ้นมาได้”

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเฉพาะภูมิภาค สามารถดูภาพรวมตลาด OTT ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของไบรท์โคฟได้ที่
<https://files.brightcove.com/bc-ig-OTT-market-snapshot-se-asia.pdf> และสามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับ
เต็มได้ที่ www.brightcove.com/ottasia2019

เกี่ยวกับไบรท์โคฟ

ไบรท์โคฟ อิงค์ (NASDAQ:BCOV) คือผู้นำระดับโลกด้านการให้บริการโซลูชันคลาวด์อันทรงพลัง เพื่อรองรับการจัด
การ เผยแพร่และสร้างรายได้จากการรับชมวิดีโอบนทุกๆ หน้าจอ ไบรท์โคฟกลายเป็นผู้บุกเบิกโลกของวิดีโอ
ออนไลน์ตั้งแต่ที่บริษัทก่อตั้งขึ้นในปี 2547 อีกทั้งยังเป็นเจ้าของรางวัลด้านเทคโนโลยี การให้บริการ ระบบนิเวศ
พันธมิตรที่ครอบคลุม และการให้บริการระดับโลกที่ช่วยให้บริษัทหลายพันแห่งในกว่า 70 ประเทศได้ผลลัพธ์ทาง
ธุรกิจที่ดีกว่าเดิมด้วยการใช้วิดีโอ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.brightcove.com

เกี่ยวกับยูทูป

ยูโกฟคือกลุ่มบริษัทด้านการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลระดับสากลซึ่งนำเสนอข้อมูลที่เป็นความเห็นจากการกลุ่มผู้
ทำแบบสำรวจ 6 ล้านคนทั่วโลก ยูโกฟได้ทำการผสมกระแสข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการ
วิจัยเชิงลึกและประสบการณ์ในอุตสาหกรรมที่กว้างขวางเข้าไปในแพลตฟอร์มการวิจัยและการตลาดที่เป็นระบบ ยู
โกฟเป็นหนึ่งในเครือข่ายการวิจัยการตลาดนานาชาติที่ติดอันดับท็อป 10 ของโลก ด้วยสำนักงาน 34 แห่งที่ตั้งอยู่ใน
22 ประเทศ และสมาชิกคณะกรรมการใน 38 ประเทศ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่<https://ap.yougov.com>