

Ooyala กระตุ้นการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อในประเทศไทยด้วยเทคโนโลยี AI

เป็นเวลากว่า 10 ปีที่ Ooyala ยืนหยัดเป็นแนวหน้าในการกำหนดทิศทางของบริการ OTT และปฏิวัติขั้นตอนการทำงานของสื่อ ในฐานะผู้ให้บริการซอฟต์แวร์และโซลูชันชั้นนำที่ช่วยเพิ่มสมรรถนะขีดความสามารถด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการสร้างรายได้ของสื่อ เห็นได้จากการที่สื่อชื่อดังยักษ์ใหญ่ด้านการสร้างและการจัดจำหน่ายคอนเทนต์ทั่วโลกต้องพึ่งพาแพลตฟอร์ม Ooyala Flex Media Platform เพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จด้านการผลิต การจัดการ และการเผยแพร่สื่อ รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพ และครอบคลุมมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

คุณ Phil Eade ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายพัฒนาธุรกิจแพลตฟอร์มสื่อ APJ ของบริษัท Ooyala แบ่งปันความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะเข้ามาเป็นผู้เปลี่ยนเกมในอุตสาหกรรมสื่อของประเทศไทย สำหรับบทความฉบับเต็มสามารถอ่านเพิ่มเติมได้ที่ด้านล่าง

จากข้อมูลของ IDC พบว่า ยอดการใช้จ่ายกับเทคโนโลยี AI ทั่วโลก มีแนวโน้มว่าจะปรับตัวสูงขึ้นเกินกว่าระดับ 4.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 นอกจากนี้ IDC ยังรายงานเมื่อปี 2560 ที่ผ่านมามีด้วยว่า องค์กรต่าง ๆ ในประเทศไทยมีการใช้เทคโนโลยี AI สูงที่สุดเป็นอันดับ 2 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เทคโนโลยี AI ได้รับการนำไปใช้โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อรองรับบริการและเครื่องมือต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์ต่อการแบ่งปันข้อมูลและการทำงานร่วมกัน ซึ่งรวมถึงสนับสนุนการตัดสินใจและการแก้ปัญหา โดยโครงการริเริ่มเหล่านี้ได้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และนำเสนอบริการที่ตรงตามความต้องการของชาวไทยมากยิ่งขึ้น

แม้จะมีการใช้เทคโนโลยี AI กันอย่างกว้างขวางในหลากหลายอุตสาหกรรม แต่ยังมีโอกาสรอให้แสงประโยชน์อยู่อีกมหาศาลในอุตสาหกรรมสื่อและความบันเทิงของไทยที่มีมูลค่า 1.4 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจุบันบริษัทสื่อและกิจการกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย กำลังเผชิญกับความท้าทายครั้งสำคัญในด้านการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงประเด็น และสอดคล้องความต้องการของผู้บริโภค ผลการสำรวจความคิดเห็นที่จัดทำขึ้นโดย Ooyala ในเดือนธันวาคมปี 2560 เผยให้เห็นว่า 7 ใน 10 ของผู้บริหารบริษัทสื่อไทยมองว่า การดำเนินงานด้านสื่อของพวกเขา มีประสิทธิภาพเพียงเล็กน้อยเท่านั้นหรือไม่มีประสิทธิภาพเลย และที่สำคัญยิ่ง ผู้ตอบแบบสอบถาม 25% ยังชี้ให้เห็นความจำเป็นในการทำให้วงจรคุณค่าการทำงานทั้งวงจรขับเคลื่อนได้เองอัตโนมัติ

ด้วยข้อมูลปริมาณมหาศาลที่สร้างขึ้นจากการรับชมคลิปวิดีโอ เทคโนโลยี AI สามารถปรับปรุงกระบวนการจัดการ

และส่งมอบคอนเทนต์ พร้อมดำเนินการโดยอัตโนมัติ นอกจากนี้ AI ยังสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่ดีกว่า เพื่อช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจสามารถตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดและพัฒนากลยุทธ์ที่แข็งแกร่งสำหรับธุรกิจของตนได้

AI ช่วยในเรื่องการสร้างคอนเทนต์ได้หลัก ๆ 3 ประการ ดังนี้

1. สร้างสรรค์คอนเทนต์อย่างคุ้มค่า

บรรดาผู้ผลิตคอนเทนต์ต่างกำลังแข่งขันกันคิดค้นคอนเทนต์ที่เป็นต้นฉบับและสร้างสรรค์แก่ผู้บริโภค โดยกระบวนการนี้มักต้องใช้เวลาตรวจสอบคอนเทนต์ก่อน ๆ ที่เคยทำขึ้น เพื่อวัดความสนใจของผู้ชมและเสี่ยงไม่ให้เกิดการทำคอนเทนต์ซ้ำ

เทคโนโลยี AI ช่วยให้นักพิมพ์หรือกิจการกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์ เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมเฉพาะของผู้บริโภค ด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่อง ยกตัวอย่างเช่น หากผู้ใช้งาน X รับชมวิดีโอ A จากนั้นจึงคลิกชมวิดีโอ B ต่อ จะสามารถอนุมานได้ว่า โอกาสที่ผู้ใช้งาน Y จะรับชมวิดีโอ B ต่อ นั้นเป็นไปได้ค่อนข้างสูง หากเขาหรือเธอดูวิดีโอ A มาก่อน โดยรูปแบบเหล่านี้ถูกป้อนเข้าสู่ระบบเครือข่ายเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งผู้ผลิตคอนเทนต์ไว้วางใจได้ในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภค

เมื่อจับคู่กับเทคโนโลยี AI ซึ่งช่วยให้ผู้สร้างสรรค์คอนเทนต์รู้ว่าควรให้ความสำคัญและทุ่มเงินไปกับการผลิตคอนเทนต์ประเภทใดแล้ว การตัดสินใจที่จะเกิดตามมานั้นจะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มากกว่าจะเชื่อในสัญชาตญาณหรือประเมินแบบผิวเผิน ลองนึกภาพดูว่า วันหนึ่งคุณได้ตัดสินใจสร้างละครรอบคร้วภาคต่อ เพราะภาคก่อนหน้านั้นประสบความสำเร็จอย่างดี ทว่าเมื่อคุณได้คำนวณต้นทุนเทียบกับรายได้และผลตอบแทนแล้ว บางทีอาจตระหนักได้ว่าการทำละครตลกนั้นสร้างรายได้ให้คุณได้มากกว่า

2. ชูชีวิตให้คอนเทนต์

เมื่อการผลิตคอนเทนต์แต่ละครั้งต้องอาศัยเงินทุนจำนวนมาก ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากคอนเทนต์เหล่านั้นให้ได้มากที่สุดจึงถือเป็นกุญแจสำคัญ การปรับแต่งคอนเทนต์ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการและมีความเกี่ยวข้องกับตลาดแต่ละแห่งก็ถือเป็นแนวทางหนึ่ง และ AI ก็สามารถทำให้กระบวนการดังกล่าวเป็นไปได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทเทคโนโลยียักษ์ใหญ่อย่าง Microsoft และ IBM ต่างมีเครื่องมือ AI ที่สามารถถอดเสียงหรือแปลไฟล์เสียงจากภาษาหนึ่งไปเป็นอีกภาษาหนึ่งได้อย่างง่ายดาย ซึ่งช่วยให้คุณเผยแพร่คอนเทนต์ไปยังตลาดใหม่ ๆ ได้

การใช้ประโยชน์จากคอนเทนต์ที่มีอยู่เดิมนั้นก็ถือเป็นอีกแนวทางหนึ่ง เรามักได้ยินผู้ให้บริการด้านการกระจายเสียงหรือสำนักพิมพ์พูดถึงปัญหาเหมือน ๆ กันว่า “ฉันไม่รู้เลยว่าฉันมีคอนเทนต์อะไรบ้างในคลังเก็บตอนนี้” การค้นหาคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการรายงานข่าวหรือสารคดีต่าง ๆ มักกลายเป็นปัญหาท้าทายอันหนักหน่วง

สำหรับเหล่าบริษัทคอนเทนต์ เพราะต้องค้นหาเข้าไปในคลังเก็บคลิปวิดีโออันมหาศาล การจะสร้างรายได้จากคลิปวิดีโอเหล่านี้ยิ่งไม่ต้องพูดถึง แต่เมื่อมีเทคโนโลยี AI แล้ว องค์กรสื่อสามารถจัดการคอนเทนต์ที่มีอยู่เดิมด้วยเทคนิคบันทึกข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรต่าง ๆ ค้นหาและปรับเปลี่ยนคอนเทนต์ที่มีอยู่ในมือได้อย่างง่ายดาย

3. เผ่าติดตามอีเว้นท์สด

ปัญหาของการถ่ายทอดสดก็คือมีส่วนที่ต้องเคลื่อนไหวอยู่มาก และหากเกิดอะไรผิดพลาดแม้เพียงนิดเดียว ก็อาจสร้างความเสียหายให้กับกิจกรรมนั้นทั้งหมด สิ่งนี้ยังหมายความว่า การเผ่าติดตามการถ่ายทอดสดและการแก้ไขปัญหามักดำเนินการแยกกัน ทำให้องค์กรสื่อต่าง ๆ ประสบกับความยากลำบากในการค้นหาและแก้ไขจุดบกพร่องอย่างแม่นยำ ยกตัวอย่างเช่น AI จะคอยจับตาดูการเข้ารับชมการถ่ายทอดสด และเมื่อมียอดผู้ชมเพิ่มขึ้นอย่างไม่คาดคิดแล้ว ตัวระบบก็จะแจ้งให้บริษัทดำเนินการเพิ่มเซิร์ฟเวอร์และป้องกันไม่ให้เกิดการถ่ายทอดสดล่ม ซึ่งช่วยให้บริษัทต่าง ๆ ติดตามและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที (บางครั้งอาจแก้ไขได้ก่อนที่ปัญหาจะเกิดขึ้นเสียอีก)

ไม่มีอะไรสายเกินไปสำหรับ AI

ประโยชน์ของ AI นั้นเป็นเรื่องน่าตื่นเต้น ทั้งกระบวนการทำงานที่คล่องตัว ประสิทธิภาพและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่ AI ทำให้เกิดขึ้นจริงได้ ในขณะที่ประเทศไทยกำลังก้าวขึ้นเป็นสังคมของการสื่อสารเคลื่อนที่อย่างรวดเร็ว บริษัทสื่อที่นำเสนอคอนเทนต์ได้อย่างหลากหลายและทันท่วงทีทั้งในแง่ของรูปแบบและวิธีการเท่านั้นที่จะเป็นผู้คว้าประโยชน์

แม้เทคโนโลยี AI จะอยู่เพียงในช่วงเริ่มต้นและเพิ่งเป็นที่รู้จักในภาคส่วนต่าง ๆ แต่ก็คาดการณ์ได้ว่า AI จะมีความทันสมัยมากขึ้น และเข้ามามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่องานของเราในอนาคตอันใกล้นี้ แต่นั่นไม่ได้หมายความว่ามนุษย์จะถูกแย่งงานเสียทั้งหมด เพราะท้ายที่สุด AI ควรทำหน้าที่เป็นคู่หูช่วยงานที่จะคอยหาข้อมูลมาให้คำตอบ ขณะที่มนุษย์จะเป็นผู้ตัดสินใจ