

Newsletter

ISSUE 08 Nov 30 / 11 / 2019

“ดู” YOUTUBE ไม่มีโฆษณาถึงไทยแล้ว

Youtube Music เปิดตัวทั่วโลกไปเมื่อปีที่ผ่านมาราวนี้ เป็น Youtube Music เปิดตัวพร้อมกันทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไม่ว่าจะเป็น สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ รวมถึงประเทศไทย บริการ Youtube Music ทั้งแบบฟรีและแบบมีค่าบริการที่ใช้ชื่อว่า Youtube Music Premium โดยมีราคาเริ่มต้นที่ 129 บาทต่อเดือน สำหรับคนที่อยากฟังเพลงยาวๆ ไม่มีโฆษณา แต่หากจ่ายเพิ่มเป็น 159 บาทก็จะได้สิทธินั้นบนแอปหลักอย่าง Youtube ร่วมด้วย

Youtube Music คือแอปพลิเคชันสตรีมมิ่งเพลงที่แยกออกมาจากแอปหลักอย่าง Youtube โดยใน Youtube Music นี้จะให้บริการเฉพาะเนื้อหาในหมวดหมู่เพลงเท่านั้น รวมทั้ง มีลิขสิทธิ์โอเพลง Cover Remix Live Performance ของศิลปิน(ส่วนคอนเทนต์ประเภทเสียงอื่นๆ เช่น พ็อดแคสต์บทสัมภาษณ์ ฯลฯ ที่ปัจจุบันมีหลายค่ายนิยมทำและนำไปเผยแพร่ใน Youtube จะไม่ถูกนำมารวมไว้ใน Youtube Music แต่อย่างใด โดยพีเจอาร์หลักๆ ที่ผู้ใช้งานจะได้รับจาก Youtube Music ไม่ว่าจะเป็นจ่ายเงินหรือไม่จ่ายเงินก็คือการเข้ามาฟังเพลง ดูคอนเทนต์จากศิลปินในรูปแบบต่างๆ ดังที่กล่าวมาหรือจะใช้ Youtube Music มีปฏิสัมพันธ์กับศิลปินที่ตนเองชอบ รวมถึงเสิร์ชหาเพลงจากเนื้อร้องก็ได้เช่นกัน

นอกจากนี้ยังพบว่ามีการแนะนำเพลงได้ตามไลค์ชันของผู้ใช้งาน เช่น เวลากลางวัน อาจแนะนำเพลงประเภท Easy Listening แต่ถ้าเป็นตอนเย็น หากระบบของ Google ทราบพฤติกรรมของผู้ใช้งานรายนั้นว่าชอบไปออกกำลังกาย Youtube Music ก็จะแนะนำเพลงที่มีจังหวะเร็วๆ เพื่อให้การออกกำลังกายสนุกขึ้นได้เช่นกัน

อย่างไรก็ดี สำหรับผู้ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และตัดสินใจจ่ายเงิน(subscription) 129 บาท ต่อเดือนให้กับแอปพลิเคชัน Youtube Music (ถ้าเป็น iOS ต้องจ่าย 169 บาทต่อเดือน) ก็จะได้เปลี่ยนสถานะเป็น Youtube Music Premium โดยสิ่งที่จะได้รับเพิ่มก็คือ ดาวโหลดเพลงมาฟังแบบออฟไลน์ได้ ขณะฟังเพลง สามารถสลับหน้าจอไปใช้งานแอปพลิเคชันอื่นๆ ได้อย่างอิสระ หรือจะล็อกหน้าจอก็ยังฟังเพลงได้อย่างต่อเนื่องไม่มีโฆษณาขึ้น แต่หากตัดใจยอมจ่าย 159 บาทต่อเดือน (iOS เริ่มต้นที่ 209 บาทต่อเดือน) คราวนี้จะได้สถานะเป็นระดับท็อป นั่นคือ Youtube Premium และสามารถดาวน์โหลดคอนเทนต์ทั้งบนแอปหลักอย่าง Youtube และแอปรอง Youtube Music มาฟังแบบออฟไลน์ได้ ล็อกหน้าจอขณะฟังได้ และไม่มีโฆษณาคั่นกันไปด้วย อยากรู้แบบ Family Plan ก็มีเช่นกัน โดยราคา Subscription ของ Youtube Music Premium สำหรับระบบแอนดรอยด์อยู่ที่ 199 บาทต่อเดือน (รองรับได้สูงสุด 5 แอคเคาน์) ส่วน iOS อยู่ที่ 259 บาทต่อเดือน ส่วนราคา Family Plan ของ Youtube Premium ระบบแอนดรอยด์อยู่ที่ 239 บาทต่อเดือน ส่วน iOS อยู่ที่ 309 บาทต่อเดือน

“สมคิด ชวน GOOGLE มาตั้งสำนักงานภูมิภาค ในไทย ไม่ใช่สิงคโปร์หรือเวียดนาม”

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ขึ้นกล่าวบนเวที Google for Thailand ปี 2 โดยมีความสำคัญว่าที่ขึ้นมานเวทีนี้อาจจะขอขอบคุณ Google ในสอง เรื่องหลักๆ เรื่องแรกคือการเข้ามาช่วยผลักดันไทยแลนด์ 4.0 ด้วยเทคโนโลยีที่เราถ้าเราไม่ปรับจะตามคนอื่นไม่ทัน ฉะนั้นจึงต้องปฏิรูปโครงสร้างไปสู่ดิจิทัล ซึ่งการจะทำแบบนี้ได้ เทคโนโลยีดิจิทัลต้องไม่เป็นของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่ต้องเข้าถึงคนไทยทุกคน

ในด้านธุรกิจโมเดล สมัยนี้ไม่เหมือนเดิมอีกแล้ว เทคโนโลยีก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถสร้างงานสร้างรายได้มหาศาล โมเดลธุรกิจในอนาคตไม่ได้มีที่บริษัทใหญ่ แต่อยู่ที่บริษัทเล็กๆ ซึ่งก่อตั้งโดยคนธรรมดาที่รู้จักใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์

ขณะเดียวกันไม่ได้มองแค่ธุรกิจ แต่ยังมองไปถึงความเหลื่อมล้ำซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของไทย ขณะนี้ความแตกต่างของการกระจายรายได้ ซึ่งเกิดจากการไม่สามารถสร้างความเท่าเทียม แต่เทคโนโลยีดิจิทัลจะสามารถช่วยให้คนกลุ่มนี้ลุกขึ้นมาได้โดยที่ไม่มีอุปสรรค

ผมอยากเห็น Google มาช่วยประเทศไทยมาพัฒนาทางด้านนี้ ทั้ง การศึกษา สาธารณสุข การแนะนำแหล่งท่องเที่ยว การรักษาสิ่งแวดล้อม ไทยเปิดรับแนวร่วมจากมิตรประเทศทั้งหลายไม่ใช่แค่จีนหรืออเมริกา แต่ทุกประเทศที่มาเป็นเพื่อนของเรา ก็คือข้อดีหนึ่งและวันนี้ Google ทำตามสัญญาผ่าน Google for Thailand

ปีที่ผ่านมารัฐบาลลงทุนเยอะมากในการทำอินเตอร์เน็ตหมู่บ้าน แม้จะกระจายได้ทั่วแต่ตอนนี้ยังไม่สามารถเปลี่ยนให้หมู่บ้านไปสู่สิ่งที่ต้องการคือในแง่ของการศึกษา สิ่งแวดล้อม สาธารณสุขซึ่ง Google เข้ามาต่อยอดผ่านการทำโครงการ Google for Thailand

ส่วนข้อสองอยากให้ Google พิจารณาการลงทุนในไทย ให้มาตั้งสำนักงานภูมิภาค (Regional Headquarter) ในประเทศไทยไม่ใช่สิงคโปร์หรือเวียดนาม ซึ่งไทยถือเป็นศูนย์กลางของกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งประกอบไปด้วย ลาว กัมพูชา เวียดนาม และ พม่า ซึ่งจนถึงวันนี้ก็ยังคงค่าตอบแทนอยู่

5 รูปแบบแอปฯ ที่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) นิยมใช้มากที่สุด

ช่วงที่ผ่านมาภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถือเป็นภูมิภาคที่มีการใช้แอปพลิเคชันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลที่จัดทำโดย Temasek and Bain & Co พบว่าผู้คนใหม่ๆทั่วโลกมากกว่า 50,000 คนต่อวันเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตช่วงระหว่างปี 2015-2019 ซึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีจำนวนผู้ใช้ทั้งหมดเพิ่มขึ้นจาก 100 ล้านคนเป็น 360 ล้านคนในปี 2019 นอกจากนี้ยังพบว่า 90 % ของผู้ใช้งานกว่า 360 ล้านคน นิยมเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่งผลให้การใช้แอปพลิเคชันในภูมิภาคนี้สูงขึ้นตามไปด้วย โดยมีการสำรวจแล้วพบว่ามี 5 ประเภทแอปพลิเคชันที่มีการใช้งานมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นหนึ่งในช่องทางสำหรับนักการตลาดในการสื่อสารแบบเข้าถึงตัวบุคคลได้อย่างง่ายดาย

- E-commerce และแอปเรียกรถ
- E-Payment
- Google
- แอปหาเส้นทาง
- แอปเพื่อความบันเทิงและโซเชียล

E-commerce และแอปเรียกรถ เป็นที่นิยมมากในภูมิภาคนี้และบริษัทที่ให้บริการรูปแบบดังกล่าวล้วนเติบโตอย่างมาก เช่น Grab Gojek Lazada เป็นต้น โดยมีผู้ใช้งาน E-commerce เพิ่มขึ้นจาก 49 ล้านคนในปี 2558 เป็น 150 ล้านคนในปี 2562 ขณะที่ผู้ใช้งานแอปฯเรียกรถเพิ่มขึ้นเกือบ 5 เท่าจาก 8 ล้านคนในปี 2558 เป็น 40 ล้านคนในปี 2562

E-Payment ระบบการชำระเงินออนไลน์เป็นหนึ่งในรูปแบบที่มีการใช้งานสูง โดยคาดว่าจะภายในปี 2568 ทุกๆการใช้จ่ายเกือบ 50 %

จะเป็นการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์

Google เป็นหนึ่งในแอปฯที่มีการใช้งานมากที่สุดคือ แอปฯเพื่อการสื่อสารโดยเฉพาะแอปฯแปลภาษาซึ่งการทำงานส่วนใหญ่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงไว้วางใจ Google เป็นหลักที่ช่วยให้สามารถทำงานร่วมกับผู้ใช้งานทั่วโลก โดยผู้คนส่วนใหญ่ยังใช้แอปฯวิดีโอของ Google เพื่อค้นหาวิธีของผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆเพื่อหาข้อมูล

นอกจากนี้ Google ยังช่วยให้การสื่อสารง่ายขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีความหลากหลายทางภาษาน้อย 10 ภาษา ทำให้แอปฯอย่าง Google Translate กลายเป็นสิ่งสำคัญซึ่งแอปฯเรียกรถและแอปฯการท่องเที่ยวนิยมใช้ Google Translate เพื่อเปิดใช้งานการสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานและผู้ให้บริการในหลายประเทศ

ค้นหาเส้นทางกลายเป็นอีกหนึ่งแอปฯที่ได้รับความนิยมช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาสถานที่และร้านค้าต่างๆได้อย่างง่ายดายหรือการแนะนำเส้นทางที่ดีที่สุดในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งแอปฯ นำทางถูกใช้อย่างกว้างขวางมากในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2019 Waze และ Google Map เป็น 2 แอปฯ ที่มีการใช้งานมากที่สุด

แอปฯเพื่อความบันเทิงและโซเชียล ต้องยอมรับว่าสื่อออนไลน์ขยายตัวเกือบ 4 เท่าในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา โดยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีมูลค่าตลาดรวมกว่า 1.4 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2562 และคาดว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นเป็น 3.2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯในปี 2568 ขณะที่การเติบโตอย่างรวดเร็วของแอปฯ Streaming Video และเพลงช่วยให้มีผู้ใช้งานใหม่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อยอดขายใช้จ่ายการโฆษณาออนไลน์อีกด้วย

ไมเนอร์ ฟู้ด ทุ่ม 2,000 ล้าน เป็นเจ้าของ 100 % ร้าน BONCHON 40 สาขาในไทย



นับเป็นอีกหนึ่งดีลการซื้อกิจการร้านอาหารที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เมื่อบริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้แจ้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่า บริษัท เดอะไมเนอร์ ฟู้ดกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อยถือหุ้น 99.73 % จัดตั้งบริษัท ไมเนอร์ฟู้ด โฮลดิ้ง จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท

สำหรับ BonChon เป็นร้านอาหารแฟรนไชส์จากประเทศเกาหลีใต้ ก่อตั้งขึ้นในปี 2545 มีสาขาทั่วโลกอยู่มากกว่า 300 สาขา และเข้ามาในไทยในปี 2554 ปัจจุบันมี 40 กว่าสาขากระจายทั่วประเทศ ซึ่งกว่าจะมาเป็นดีลนี้นั้นใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือนในการคุยกัน

เครือร้านอาหาร BonChon ในประเทศไทยจะสร้างรายได้และผลกำไรให้กับบริษัทในทันที ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถเติบโตได้เร็วขึ้น เราเชื่อว่าประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มทางธุรกิจที่ดีในระยะยาวจากการเติบโตของชนชั้นกลางและรายได้ส่วนบุคคลที่เพิ่มขึ้น วิลเลียม เอิร์ลสวูด ไฮเน็ค ผู้ก่อตั้งและประธานกรรมการของ MINT กล่าว ไมเนอร์มองว่าไก่เป็นหนึ่งในเนื้อสัตว์ที่คนไทยให้ความนิยมมากที่สุด และตลาดไก่ยังมีศักยภาพในการเติบโตอีกมาก ทั้งนี้ BonChon มีความเหมาะสมเป็นอย่างมากกับแบรนด์ที่มีอยู่ในการเป็นร้านอาหารแบบนั่งรับประทานและในขณะเดียวกันก็ช่วยเพิ่มความหลากหลายให้กับกลุ่มแบรนด์อีกทั้งการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในครั้งนี้จะช่วยยกระดับไมเนอร์ฟู้ด โดยเป็นการต่อยอดประสบการณ์อันยาวนานในฐานะผู้นำในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารของไมเนอร์มีทั้งหมด 2,200 สาขา ใน 26ประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้า The Pizza Company ,The Coffee Club , Riverside, Benihana,Thai Express ,BonChon, Swensen's, Sizzler,Dairy Queen ,Burger King ฯลฯ



ร้านใหม่อยากบอกต่อ..

'FENG ZHU'

ร้าน เฟิงจู ร้านขาย เกี้ยวซ่าหน้าเปิด มี 5 ไซส์ ให้เลือก (รสชาติดั้งเดิม สามก๊ก เห็ด 5 อย่าง หมาล่า และแกงฮังเลแห้ง) แต่ละหน้าสามารถเพิ่มท็อปปิ้งได้ โดยมีท็อปปิ้ง ไช่กั๋ง ซีส ไช่เค็ม และต้นหอม เกี้ยวซ่าที่นี้ขายชิ้นละ 12 บาท หากใครสนใจ ร้านนี้ตั้งอยู่แถว ท่าเรือสี่พระยาใกล้ศูนย์การค้าริเวอร์ซิตี้ เป็นร้านเล็กๆที่มีที่นั่งไม่กี่ที่ หากใครไม่เอารถที่ร้านสามารถสั่งผ่าน Grab หรือ Panda Food ได้ ร้านเปิดให้บริการทุกวัน ปิด 20.00 น



ภาพจาก bit.ly/32nHWnw

'MUST MEAT'

Must Meat (มีสตั มีท) ร้านเนื้อสายพันธุ์ไทย เป็นร้านเนื้ออีกร้านที่อยากแนะนำ ร้านนี้เน้นเนื้อพันธุ์ไทย ที่จะทำให้รู้ว่าเนื้อไทยไม่แพ้เนื้อชาติอื่นในโลก ร้านนี้มีเมนูเนื้อ หลากหลายให้เลือกและผสมผสานเนื้อเข้ากับหลากหลายเมนู อย่างสเต็กเนื้อ ข้าวผัดกระเพาะเนื้อ เฟตตุชินีซอสมทานคู่กับเนื้อ มันบดน้ำสต็อกเนื้อ เป็นต้น ราคาเริ่มต้น 150 บาท ร้านตั้งอยู่ย่านสาทร ซอยสาทร 19 เปิดบริการวันอังคาร-วันอาทิตย์ เวลา 17.00 น-23.00น



'KURASU BANGKOK'

ร้านกาแฟจากเกี้ยวโตเด่นเรื่องกาแฟดริป และเมนูแนะนำอย่าง Anko-Toast โทสต์ถั่วแดงกวนและเนย เปิดสาขาแรกในกรุงเทพฯ KURASU ตกแต่งแนวมินิมัลลิสต์ ดูเรียบง่าย ไปรุ่งสบาย ในโทนสีขาว หากใครเคยลองที่สาขาที่เกี้ยวโตแล้วติดใจสามารถหาทานได้ที่ Bambini Villa ซอย สุขุมวิท 26 ร้านเปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 8.00-18.00 น

