



Meta & GIPHY

British regulator blocks acquisition

6 พฤษภาคม 2565



เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2021 ที่ผ่านมา ทางหน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันของสหราชอาณาจักร (CMA) ได้สั่งให้ Meta Inc. ขายบริษัทภาพเคลื่อนไหว GIPHY เนื่องจากมีความกังวลว่าจะทำให้เกิดการลดการแข่งขันระหว่างสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ รวมทั้งในตลาดโฆษณาด้วยภาพเคลื่อนไหวออนไลน์



Facebook owner Meta told to sell Giphy as British regulator blocks acquisition

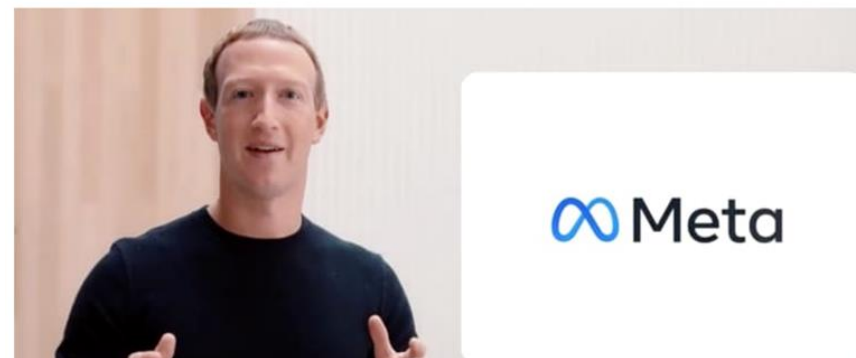
PUBLISHED TUE, NOV 30 2021-5:16 AM EST | UPDATED TUE, NOV 30 2021-10:15 AM EST

Sam Shead
@SAM_L_SHEAD

SHARE [f](#) [t](#) [in](#) [✉](#)

KEY POINTS

- The Competition and Markets Authority said the deal could harm social media users and U.K. advertisers.
- Meta said that it disagrees with the decision and that it's considering an appeal.
- When the deal was announced, Facebook said it wanted to further integrate Giphy into the Instagram app "so that people can find just the right way to express themselves."





บริษัทที่ให้บริการฐานข้อมูล การค้นหาและแบ่งปันวิดีโอวนรอบสั้น ๆ โดยไม่มีเสียง หรือเรียกว่า GIF รูปภาพแบบเคลื่อนไหว สัญชาติอเมริกา



การค้นหาภาพ GIF ใน Social Media หรือใน Chat Apps ส่วนใหญ่แล้วจะเชื่อมต่อมาจากแพลตฟอร์มที่ชื่อว่า “GIPHY” ซึ่งเป็นคลังรวมภาพเคลื่อนไหวรายใหญ่ที่สุดของโลก

ข้อดี ของการใช้งานภาพ GIF บนการสื่อสารบนโลกออนไลน์ที่ไม่เห็นหน้าของอีกฝ่าย คือ การใช้ภาพเคลื่อนไหว มาแทนที่ภาษากาย สามารถทำให้มนุษย์เข้าใจกันได้มากขึ้น จนบางครั้งเราอาจไม่ต้องพิมพ์ข้อความเลยก็ได้ นอกจากนี้ยังให้ความรู้สึกของการสื่อสารทางอารมณ์ของผู้ใช้งานได้ดีกว่าการสื่อสารเพียงทางข้อความเท่านั้น



ปี 2021 GIPHY เปิดเผยว่ามีผู้ใช้บริการอยู่ราว 700 ล้านบัญชีต่อวัน และมีการแชร์ภาพ GIF จากแพลตฟอร์ม ถึงกว่า 1 หมื่นล้านครั้งต่อวัน

ที่มา: <https://giphy.com/about>



แม้มีฐานผู้ใช้งานขนาดใหญ่ แต่ที่ผ่านมา GIPHY เปิดให้ใช้บริการฟรี และยังไม่มีการหารายได้อย่างเป็นทางการ เนื่องจากต้องการพัฒนาแพลตฟอร์มให้เชื่อมต่อกับสังคมออนไลน์อย่างมั่นคงเสียก่อน ทั้งนี้ คาดว่าในอนาคต บริษัทก็อาจมีการหารายได้ ค่าโฆษณาในลักษณะคล้ายกับ Google ที่เจ้าของคอนเทนต์ยอมจ่ายเงิน เพื่อให้ภาพ GIF ของตนแสดงผลขึ้นมาในอันดับต้น ๆ ของการค้นหา

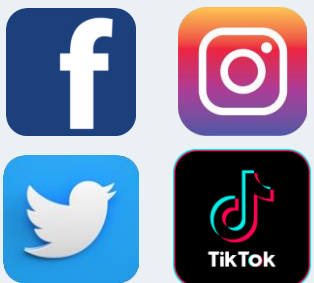
แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก ณ สิ้นปี 2021

อันดับ	แพลตฟอร์ม	บริษัท	ประเทศ	ผู้ใช้งานรายเดือน (Active User) หน่วย: ล้านราย
1	Facebook	Meta	U.S.A.	2,910
2	YouTube	Alphabat	U.S.A.	2,291
3	WhatsApps	Meta	U.S.A.	2,000
4	Messenger	Meta	U.S.A.	1,300
5	Instagram	Meta	U.S.A.	1,287
6	WeChat	Tencent	China	1,225
7	Kuaishou	Kuaishou	China	1,000
8	TikTok	Bytedance	China	1,000
9	Telegram	Telegram	U.A.E.	600
10	Qzone	Tencent	China	600

ที่มา: <https://www.visualcapitalist.com/ranked-social-networks-worldwide-by-users/>

แพลตฟอร์มที่เพิ่ม Features การค้นหาภาพ GIF ผ่าน GIPHY

แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์



แพลตฟอร์มพูดคุยส่วนตัว (Chat Apps)



*Features = การเพิ่มคุณสมบัติ

Meta

Meta Inc. หรือชื่อเดิม Facebook Inc. คือ บริษัทกลุ่มเทคโนโลยีข้ามชาติสัญชาติอเมริกัน ซึ่งเป็นบริษัทที่มีรายได้หลักจากการขายตำแหน่งของการโฆษณาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

facebook

เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2564 บริษัท Facebook ได้จัดตั้ง Holding Company ขึ้นมาดูแลบริษัทที่มีพื้นฐานจาก Social Media ด้วยชื่อบริษัทใหม่ว่า Meta. Inc ซึ่งย่อมาจาก Metaverse



มูลค่าหลักทรัพย์ในตลาดปี 2021
932.55 พันล้านเหรียญสหรัฐ.

<https://companiesmarketcap.com/facebook/marketcap/>

ผลิตภัณฑ์และบริการในเครือ Meta Inc. ที่มีการเข้าซื้อกิจการ



ปี 2012 ทาง Facebook Inc. เข้าซื้อหุ้น Instagram ด้วยมูลค่าประมาณ 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ. โดยเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นให้ผู้ใช้งานแชร์รูปภาพ วิดีโอ ที่สามารถแก้ไขได้ด้วยตัวกรอง และจัดระเบียบตามแฮชแท็ก (#) และการติดแท็กทางภูมิศาสตร์

ปี 2014 บริษัท Facebook Inc. เข้าซื้อกิจการ WhatsApp ด้วยมูลค่า 19.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการส่งข้อความโต้ตอบแบบทันทีและบริการแบบโทรด้วยเสียง วิดีโอ



ปี 2014 Facebook Inc. เข้าซื้อกิจการ Oculus ด้วยมูลค่า 2.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งเป็นบริษัทผลิตชุดหูฟังเสมือนจริง



ปี 2020 ทาง Facebook Inc. เข้าซื้อกิจการ Mapillary เป็นบริษัทที่พัฒนาเทคโนโลยีแผนที่ในระดับ Street-View หรือเน้นการเก็บข้อมูลบนท้องถนน ป้าย สัญลักษณ์



ปี 2020 Facebook Inc. ทำการซื้อ GIPHY ด้วยมูลค่า 400 ล้านเหรียญสหรัฐ. ซึ่งเป็นบริษัทแพลตฟอร์มรายใหญ่ที่มีเทคโนโลยีเกี่ยวกับ GIF Image



บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยผู้ใช้งานสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัว และส่งคอมเมนต์ พร้อมทั้งติดต่อสื่อสารผ่านข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ



Messenger ใช้เพื่อส่งข้อความและแลกเปลี่ยนรูปภาพ วิดีโอ สตีกเกอร์ เสียง และไฟล์ และยังตอบสนองต่อข้อความของผู้ใช้รายอื่นและโต้ตอบกับบอท บริการนี้ยังรองรับการโทรด้วยเสียงและวิดีโอ



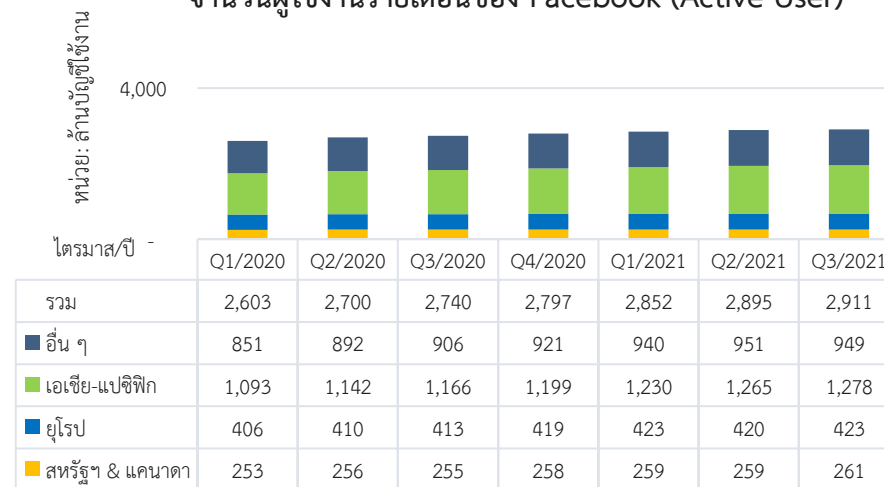
บริการวิดีโอ Video on Demand (VOD)* ของ Facebook ที่รวมแอมูซมิ่งของฟังก์ชันการแชร์วิดีโอเข้ากับเนื้อหาระดับพรีเมียม ช่วยให้ผู้สร้าง (Creator) อัปโหลดวิดีโอทั้งสั้นและยาวของตนเองได้ แต่ยังรวมถึงรายการตลก ดราม่า และรายการข่าว บริการนี้ไม่มีค่าใช้จ่าย แต่ต้องใช้บัญชี Facebook



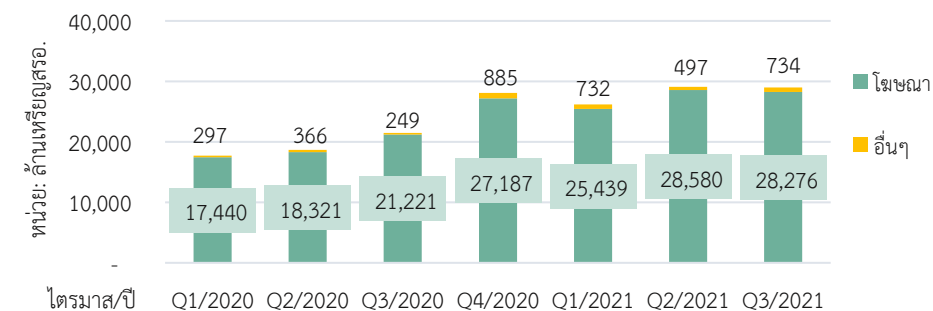
อุปกรณ์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อใช้สำหรับ video calling ที่ควบคุมโดย AI โดยที่ตัวกล้องสามารถหันตามผู้พูดได้อัตโนมัติ ส่วน Smart Sound จะช่วยตัดเสียงรบกวนภายนอกและขยายเสียงของคุณพูดให้ชัดเจนยิ่งขึ้นไม่ว่าตัวคนจะอยู่ตรงตำแหน่งไหน

Video on Demand (VOD) คือ เป็นระบบการแจกจ่ายสื่อที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานเข้าถึงวิดีโอโดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์เล่นวิดีโอแบบเดิม

จำนวนผู้ใช้งานรายเดือนของ Facebook (Active User)



รายได้ของ Facebook



ที่มา: <https://investor.fb.com/financials/default.aspx>

หน่วยงานกำกับดูแลการป้องกันการผูกขาดทางการค้าของประเทศอังกฤษ (Competition & Markets Authority: CMA)

มีมติสั่งให้บริษัท Meta.Inc ขายบริษัท GIPHY เพื่อป้องกันการผูกขาดทางการค้า

เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2020 การเข้าซื้อกิจการ GIPHY ของ Facebook.Inc เสร็จสิ้น แต่จำเป็นต้องแยกธุรกิจออกจากกันชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน 2020 เมื่อ CMA มีคำสั่งบังคับใช้มาตรการเยียวยาเบื้องต้น ในระหว่างการพิจารณา ทั้งนี้ ถึงแม้ว่า Facebook และ GIPHY เป็นผู้ประกอบธุรกิจในสหรัฐฯ และก่อนการรวมกิจการ กิจกรรมการสร้างรายได้ของ GIPHY นั้นจำกัดอยู่ที่สหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่ CMA มีเขตอำนาจศาลที่สามารถบังคับใช้กฎหมาย สำหรับการเข้าซื้อกิจการใด ๆ ที่ฝ่ายผู้เข้าซื้อกิจการนั้นมีกิจกรรมของสินค้าหรือบริการภายในสหราชอาณาจักรมากกว่า 25% ขึ้นไป

80%

ทั้ง Facebook.Inc และ GIPHY มีการใช้งานในสหราชอาณาจักรและให้บริการแก่ผู้ใช้ในสหราชอาณาจักร ซึ่งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในสหราชอาณาจักรมากกว่า 80% เข้าถึงเว็บไซต์ Facebook

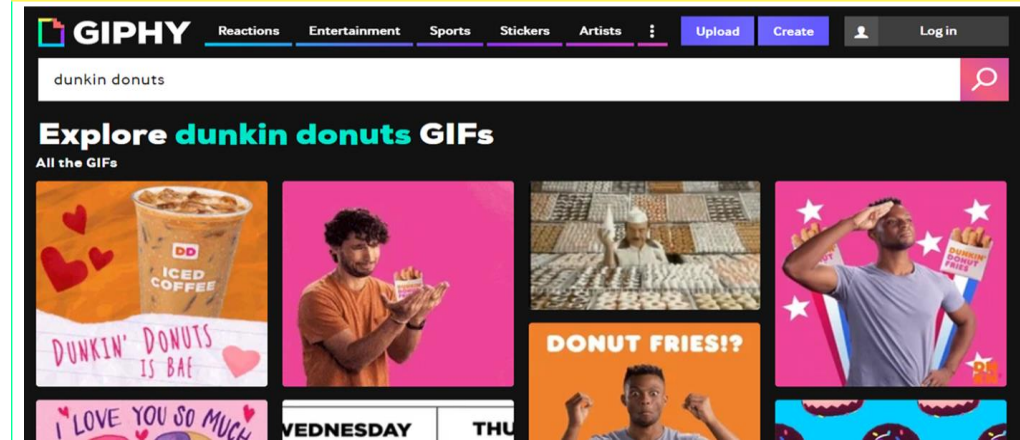
รูปแบบธุรกิจของ Facebook และรูปแบบธุรกิจของแพลตฟอร์ม Social Media อื่น ๆ จะอาศัยการดึงดูดและรักษาความสนใจของผู้ใช้งาน โดยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้งาน เพื่อขายโฆษณา สำหรับคุณสมบัติ (Features) ยอดนิยมบน Social Media และแพลตฟอร์มการส่งข้อความ คือ การใช้รูปภาพแบบ GIF ส่งหากันเพื่อสื่อถึงอารมณ์ของผู้ใช้งาน



CMA ได้ศึกษาผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหลังรวมธุรกิจ พบว่า

- การที่ Meta ได้ครอบครอง GIPHY จะสามารถเพิ่มอำนาจทางการตลาดได้ ซึ่งเดิมก็มีอยู่มากแล้ว เมื่อเทียบกับแพลตฟอร์ม Social Media อื่น ๆ
- Meta สามารถปฏิเสธหรือจำกัดการเข้าถึง GIF ของ GIPHY จากแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้ หรือแม้กระทั่งการขอข้อมูลผู้ใช้งานจากแพลตฟอร์มคู่แข่ง เช่น Twitter TikTok และ Snapchat เพื่อแลกกับการเข้าถึงบริการของ GIPHY
- การเข้าซื้อกิจการของ GIPHY ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้บริการฐานข้อมูลของไฟล์ภาพเคลื่อนไหวหรือ GIF ที่ใหญ่ที่สุดในโลก จะทำให้ Facebook ได้รับเอกสิทธิ์ในการใช้งานฐานข้อมูลของ GIPHY แต่เพียงผู้เดียว และยังสามารถขายข้อมูลให้กับคู่แข่งทางการค้าได้อย่างอิสระอีกด้วย
- มีผู้ให้บริการ GIF รายอื่นเพียงรายเดียวที่ให้บริการเทียบเท่ากับ GIPHY คือ Google Tenor เมื่อพิจารณาเพิ่มเติมแล้ว เห็นว่าหลังจากการรวมกิจการ Facebook จะมีความสามารถในการปิดกั้นคู่แข่งอื่นออกจากแพลตฟอร์ม Social Media ของตนได้

ที่มา: Final Report/ Completed acquisition by Facebook, Inc (now Meta Platforms, Inc) of Giphy, Inc.



การให้บริการโฆษณาของ GIPHY

บริษัท GIPHY มีข้อเสนอการขายตำแหน่งโฆษณา (Paid Alignment) ของ GIPHY เมื่อปี 2017 ในสหรัฐอเมริกา เพื่อให้ผู้ใช้งานเห็นก่อนเมื่อจะทำการค้นหา GIF หรือแทรกลงในเทรนต์ให้เห็นง่าย ๆ ภายใต้รูปแบบนี้ GIPHY จะได้รับเงินจากผู้โฆษณา เพื่อแลกกับการโฆษณา GIPHY โดยได้ลงนามในข้อตกลงแบ่งปันรายได้กับพันธมิตร Social Media บางแห่งในสหรัฐอเมริกา ซึ่ง GIPHY จะให้ส่วนแบ่งรายได้จากการโฆษณาแก่พันธมิตรเพื่อแลกกับพันธมิตรที่อนุญาตให้ GIPHY ดำเนินการโฆษณาแบบ Paid Alignment บนแพลตฟอร์มของพันธมิตรเหล่านี้ โดย Paid Alignment ถูกใช้โดยแบรนด์ผู้บริโภคชั้นนำระดับสากลหลายแห่ง อาทิเช่น Pepsi และ Dunkin' Donuts และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านรายได้และจำนวนผู้โฆษณาที่ใช้ต้องการใช้บริการนี้

แต่หลังจากที่ทาง Meta ได้เข้าซื้อ GIPHY ไป ทาง Meta ได้ตัดสินใจปิดบริการโฆษณาของ GIPHY ซึ่งส่งผลต่อการลดการแข่งขันในการจัดหาโฆษณาของตลาดสื่อสังคมออนไลน์

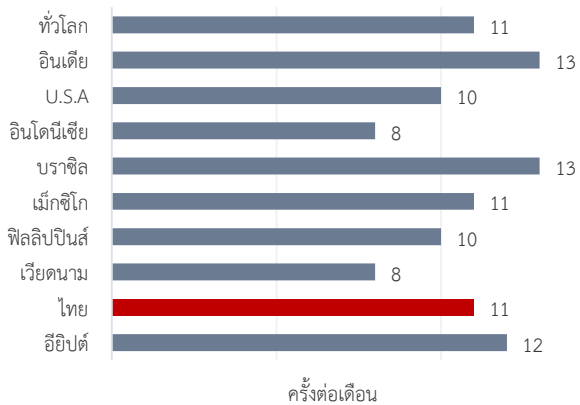
จากการที่บริษัท GIPHY เคยให้ Dunkin' Donuts โพรโมทแบรนด์ผ่านรูปภาพแบบ GIF ของ GIPHY นั้น ทำให้ทางหน่วยงานกำกับดูแล (CMA) มีความเห็นว่าบริการโฆษณาลักษณะนี้ จะสามารถแข่งขันกับบริการโฆษณาของ Meta ได้ ในขณะที่เดียวกันก็ยังสามารถส่งเสริมนวัตกรรมให้กับแพลตฟอร์ม Social Media และผู้โฆษณาอื่น ๆ ได้ด้วย

ข้อคิดเห็นของ สำนักงาน กขค. ต่อคำสั่งของ CMA เกี่ยวกับการรวมธุรกิจระหว่างบริษัท Meta Inc. และบริษัท GIPHY

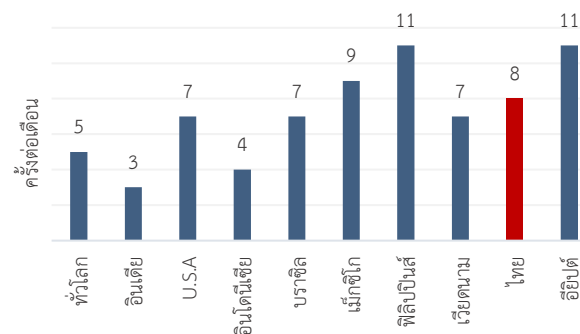
ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2021 คนไทยใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับ 8 ของโลก ทั้งนี้มีอัตราการใช้งานเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 3.8 โดยมีจำนวนเฉลี่ยของการเขียนข้อความลงบนหน้าแพลตฟอร์ม Facebook เพื่อแชร์เรื่องราวต่าง ๆ ประมาณ 11 ครั้งต่อเดือน และการโพสต์แสดงความคิดเห็น (Comment) บน Facebook เฉลี่ยประมาณ 8 ครั้งต่อเดือนต่อบัญชีผู้ใช้งาน

#	ประเทศ	จำนวนเข้าถึง	Δ QoQ
1	อินเดีย	340,000,000	+3.0%
2	สหรัฐฯ	200,000,000	+5.3%
3	อินโดนีเซีย	140,000,000	0%
4	บราซิล	130,000,000	0%
5	เม็กซิโก	98,000,000	+3.2%
6	ฟิลิปปินส์	88,000,000	+3.5%
7	เวียดนาม	71,000,000	+1.4%
8	ไทย	54,000,000	+3.8%
9	อียิปต์	47,000,000	+2.2%
10	บังกลาเทศ	46,000,000	+7.0%

จำนวนเฉลี่ยการโพสต์ข้อความ (status) บน Facebook



จำนวนเฉลี่ยการแสดงความคิดเห็น (Comment) บน facebook



บทสรุป

บริษัท Meta Inc. มีการจดทะเบียนนิติบุคคลในไทย ในนาม บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด โดยจัดตั้งเป็นสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาคที่มีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแล ประสานงาน บริการส่งเสริมด้านการตลาด รวมถึงสนับสนุนการขายให้แก่บริษัทในเครือทั้งในและต่างประเทศ

ดังนั้น บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด จึงเป็นผู้ประกอบธุรกิจตามมาตรา 5 แห่ง พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ตามนิยามที่ได้กำหนดว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ คือ ผู้จำหน่าย ผู้ผลิตเพื่อจำหน่าย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อจำหน่าย ผู้ซื้อเพื่อผลิตหรือจำหน่ายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการในธุรกิจ” ในขณะที่บริษัท GIPHY ไม่ได้จดทะเบียนประกอบธุรกิจในประเทศไทย และไม่มีผู้ประกอบธุรกิจที่มีสถานะเสมือนเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน (Single Economic Entity) ในประเทศไทย ดังนั้น จึงไม่เป็นผู้ประกอบธุรกิจตามมาตรา 5 แห่ง พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

จึงสรุปได้ว่า กรณีธุรกิจ Cross-border Social Commerce ดังกล่าวไม่อยู่ภายใต้อำนาจของกฎหมายแข่งขันของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบข้อกฎหมายแข่งขันทางการค้าระหว่างสหราชอาณาจักรและประเทศไทย พบว่า กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของไทยมีข้อจำกัดในขอบเขตการบังคับใช้กฎหมายในส่วนของการเป็นผู้ประกอบธุรกิจ ตามมาตรา 5 ที่ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายกับผู้ประกอบธุรกิจต่างชาติที่ไม่มีผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยที่มีสถานะเสมือนเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน (Single Economic Entity) ในทางกลับกัน CMA สามารถบังคับใช้กฎหมายสำหรับการเข้าซื้อกิจการใด ๆ ที่หลังการรวมธุรกิจทำให้มีส่วนแบ่งตลาดของสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้น หรือมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น ภายในสหราชอาณาจักรมากกว่า 25% ขึ้นไป ดังนั้น การบังคับใช้กฎหมายของ CMA จึงไม่มีข้อจำกัดในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจต่างชาติที่ไม่มีผู้ประกอบธุรกิจในประเทศที่มีสถานะเสมือนเป็นหน่วยธุรกิจ

จากประเด็นดังกล่าวฝ่าย ธบ. เห็นว่า การบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของไทยกับผู้ประกอบธุรกิจต่างชาติมีความสำคัญอย่างมาก จึงเห็นควรมีการศึกษาและตีความอำนาจตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ตลอดจนแนวทางการพิจารณาเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถบังคับกฎหมายกับการรวมธุรกิจ รวมถึงการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจจากต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการป้องกันการผูกขาดและการมีพฤติกรรมที่ขัดต่อพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

ที่มา: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand>