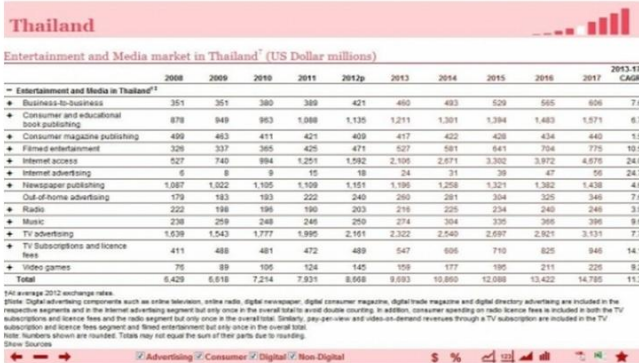


10 กรกฎาคม 2556

ที่มา: ไทย พีบีเอส นิวส์

ลิงก์: <http://tinyurl.com/ThaiPBSnews>

ภาคอุตสาหกรรมบันเทิงไทยทะลุ 1.48 หมื่นล้านดอลลาร์ในปี 2560 หลังอินเทอร์เน็ต-งบฯ โฆษณาทีวีหนุน



ทิศทางอุตสาหกรรมบันเทิงไทยจะมีแนวโน้มอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) เป็น ‘ตัวเลขสองหลัก’ ไปอีก 5 ปีข้างหน้า แซงหน้าตลาดสหรัฐอเมริกา-ยุโรปและอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั่วโลก หลังได้รับานิสงส์จากการขยายตัวของการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตและงบโฆษณาผ่านสื่อทีวี

จะมีมูลค่ารวมกว่า 2.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 1.6 ล้านล้านดอลลาร์ในปีที่ผ่านมา สหรัฐฯจะยังคงครองตำแหน่งการเป็นตลาดสื่อ-บันเทิงที่ใหญ่ที่สุด โดยมีมูลค่า 6.32 แสนล้านดอลลาร์ในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 4.99 แสนล้านดอลลาร์ในปี 2555

ในทางกลับกัน กลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยรวดเร็วที่สุด (Fastest growing territories 2013-17 CAGR%) จะอยู่ใน ‘กลุ่มประเทศเกิดใหม่’ 8 ประเทศ ได้แก่ อินเดีย (17%), กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และ แอฟริกาเหนือ (16%), กลุ่มประเทศ BRIC ประกอบด้วย อินเดีย (14%), จีน (12%), บราซิล (11%), รัสเซีย (10%), เม็กซิโก (10%) และ อาร์เจนตินา (10%)

โดยปัจจัยสนับสนุนจะมาจากการขยายตัวของชนชั้นกลาง และความเจริญของชุมชนเมือง (Urbanisation) กลุ่มประเทศเหล่านี้จะมีสัดส่วนคิดเป็น 22% ของรายได้สื่อและบันเทิงทั้งหมดในอีก 5 ปีข้างหน้า เพิ่มขึ้นจาก 12% ในปี 2551 และจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยมากกว่าสองเท่าของกลุ่มสื่อ-บันเทิงทั่วโลก (Global E&M sector)

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ระบุว่า ภายในปี 2573 จะมีกลุ่มคนชนชั้นกลาง หรือ Middle Class คิดเป็นถึงสองในสามของประชากรโลกทั้งหมด โดยมีรายจ่ายต่อวัน (Daily expenditure) อยู่ระหว่าง 10 ถึง 100 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยชนชั้นกลางกลุ่มใหม่นี้ จะมีจำนวนมากอยู่ในแถบ เอเชียแปซิฟิก เป็นหลัก

นาง ญลพร พันธุ์อุดม หัวหน้าสายงานตรวจสอบบัญชี และหัวหน้ากลุ่ม Technology, Information, Communications and Entertainment (TICE) บริษัท PwC ประเทศไทย กล่าวว่า ความต้องการของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิงในประเทศจะยังคงขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาวและการแข่งขันของสินค้าหลายประเภท โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Internet access) และการใช้สมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้น แม้จะมีปัจจัยกดดัน เช่น ความกังวลเศรษฐกิจโลก การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของจีน และการปรับลดประมาณการอัตราการเติบโตเศรษฐกิจไทย (GDP) เข้ามากระทบในระยะสั้น

“เรายังคงมองว่า การใช้งานทางอินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลายของการใช้สมาร์ทโฟนจะยังคงเป็น driving force ที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตของตลาด E&M บ้านเราในระยะ 5 ปีข้างหน้า แม้จะมีปัจจัยความกังวลต่างๆเข้ามากระทบบ้าง” นาง ญลพร กล่าว

10 กรกฎาคม 2556

ที่มา: ไทย พีบีเอส นิวส์

ลิงก์: <http://tinyurl.com/ThaiPBSnews>

คาดอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิงไทยทะลุ 1.48 หมื่นล้านดอลลาร์ในปี 2560 หลังอินเทอร์เน็ต-งบฯโฆษณาทีวีหนุน

"ในปี 2560 เราคาดว่า อัตราการใช้บรอดแบนด์ในภาคครัวเรือนทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 51% จาก 40% ในปีก่อน ในขณะที่การใช้งานบรอดแบนด์บนมือถือจะเพิ่มขึ้นถึง 54% เช่นกัน เพราะฉะนั้นจะเห็นว่า ในอีก 5 ปีข้างหน้าเทรนด์การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารอย่างมือถือจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ไม่เหมือนสมัยก่อนที่เราต้องพึ่งพาอินเทอร์เน็ตตามบ้าน คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะหรือแล็ปท็อปเป็นหลัก"

นางณัฐพร ยังกล่าวเสริมว่า ถึงแม้ว่าสื่อประเภทดั้งเดิม (Non-digital media) จะยังคงครองส่วนแบ่งการตลาด (Market share) ของการใช้จ่ายในอีก 5 ปีข้างหน้า แต่การเติบโตทางด้านสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์มและการบริโภคสื่อประเภทนี้ จะยิ่งทวีบทบาทความสำคัญมากขึ้นไม่แพ้กัน โดยภายในปี 2560 รายได้สื่อดิจิทัลทั่วโลก (Global digital revenues) จะมีสัดส่วนคิดเป็น 47% หรือเกือบครึ่งของรายได้ทั้งหมด เพิ่มขึ้นจาก 35% ในปี 2555

นอกจากนี้ การใช้จ่ายของการใช้อินเทอร์เน็ตบนมือถือทั่วโลก (Global spending on mobile Internet access) คาดจะมีสัดส่วนมากกว่าบรอดแบนด์ธรรมดาในปี 2557 โดยมีตลาดเกิดใหม่ (Emerging markets) เป็นแรงขับเคลื่อนหลัก รายงานคาดว่า รายได้อินเทอร์เน็ตบนมือถือ (Mobile Internet revenue) จะมีมูลค่าถึง 2.59 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปีหน้า และมากกว่า 3.85 แสนล้านดอลลาร์ในปี 2560 คิดเป็นสัดส่วน 58% ของการใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตโดยรวมทั้งหมด

ทั้งนี้ PwC จัดทำรายงานประจำปี สถานการณ์ทิศทางสื่อและบันเทิงทั่วโลก (Global Entertainment and Media Outlook 2013-2017) ขึ้นเป็นครั้งที่ 14 โดยมีสาระสำคัญในการที่จะนำเสนอข้อมูลเชิงลึก 5 ปีย้อนหลัง รวมทั้งคาดการณ์แนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า ครอบคลุมอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิง 13 ประเภทในกว่า 50 ประเทศทั่วโลก

แนวโน้ม 5 ปีข้างหน้าและปัจจัยกระตุ้น

ตลาดสื่อ-บันเทิงไทยที่จะมีการเติบโตมากที่สุด สามอันดับแรก ได้แก่ ตลาด Internet access โดยคาดว่าจะมีมูลค่าถึง 4.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2560 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากคาดการณ์ปี 2556 ที่ 2.1 พันล้านดอลลาร์ อันดับสองคือ การใช้จ่ายสื่อผ่านโฆษณาโทรทัศน์ (TV advertising) ที่ 3.1 พันล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นจาก 2.3 พันล้านดอลลาร์ในปี 2556 และ อันดับสาม ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือเพื่อผู้บริโภคและเพื่อการศึกษา (Consumer and educational book publishing) ที่ 1.57 พันล้านดอลลาร์จาก 9.7 พันล้านดอลลาร์ในปีนี้

"เราคาดว่า การให้บริการ 3G บนคลื่น 2.1GHz ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบการเท่านั้น แต่อาจยังส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปีแรกที่เปิดให้บริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ใช้บริการเปลี่ยนมาใช้บริการของโครงข่ายใหม่เร็วกว่าที่คาด ในขณะที่ ARPU เพิ่มขึ้น และ EBITDA margin ก็สูงกว่าที่คาด เนื่องจากต้นทุนค่า Roaming ลดลง ในส่วนของผู้บริโภคเอง เรามองว่าอัตราการใช้ โมบายบรอดแบนด์จะมีการเร่งตัวขึ้นอย่างรวดเร็วในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยภายในปี 60 ประเทศไทยจะมีผู้ใช้งาน โมบายบรอดแบนด์ หรือ mobile-broadband subscriptions ผ่านระบบ 3G จำนวนกว่า 30 ล้านราย จากเพียงประมาณ 5 ล้านรายเมื่อสิ้นปีที่แล้ว ในขณะที่เดียวกันอัตราการใช้ หรือ mobile-broadband penetration ก็จะเพิ่มเป็น 43% ในสิ้นปี 60" นางณัฐพร กล่าว

"ในส่วนของการเติบโตทางด้านบรอดแบนด์ปกติ หรือ Fixed broadband นั้นเราคาดว่าจะมีผู้ใช้งานเพิ่มเป็น 6 ล้านรายในอีก 5 ปีข้างหน้าจาก 4.2 ล้านรายในปีที่แล้ว อัตราการใช้ในส่วนของบรอดแบนด์ในภาคครัวเรือนน่าจะอยู่ที่ประมาณ 34% ในปี 2560"

10 กรกฎาคม 2556

ที่มา: ไทย พีบีเอส นิวส์

ลิงก์: <http://tinyurl.com/ThaiPBSnews>

คาดอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทยทะลุ 1.48 หมื่นล้านดอลลาร์ในปี 2560 หลังอินเทอร์เน็ต-งบฯ โฆษณาทีวีหมุน

นาง ญรพร กล่าวต่อว่า ในขณะที่หลายๆประเทศที่พัฒนาแล้วได้มีการนำเทคโนโลยีทั้งในส่วนของระบบไฟเบอร์และ 4G มาใช้กันอย่างแพร่หลาย ตลาดกำลังพัฒนาอื่นๆรวมทั้งประเทศไทย ก็ได้มีการเร่งดำเนินการในการนำเอาเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ โดยได้รับแรงกระตุ้นจากการแข่งขันที่รุนแรงของผู้ประกอบการและการสนับสนุนจากภาครัฐ

"ปี 2013 ถือได้ว่าเป็นปีแห่ง Transition ของไทยโดยความสำคัญอยู่ที่การสร้างโครงข่าย 3G 2.1GHz และ การเคลื่อนย้ายผู้ใช้บริการโทรศัพท์ 3G และ Data ส่วนใหญ่ไปยังโครงข่าย 3G ใหม่ เนื่องจาก กสทช. อนุญาตให้มีการนำเสนอการให้บริการฟรีเพื่อแลกกับการลดค่าบริการ ผู้ประกอบการโครงข่ายจึงได้รับประโยชน์จากค่าใช้จ่ายด้านค่ากับดูแลที่ลดลง อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่อัตราการเข้าถึงของสมาร์ตโฟน และแท็บเล็ตยังคงเติบโตต่อเนื่อง การพัฒนาระบบเทเลคอมจะยังคงมีปัจจัยเสี่ยงในเรื่องเสถียรภาพของกฎระเบียบข้อบังคับเชิงนโยบายและความไม่แน่นอนทางการเมือง ขวกับจำนวนความถี่ที่ค่อนข้างจำกัดสำหรับ 3G/4G"

"เราเชื่อว่าประเทศไทยจะยังคงเผชิญหน้ากับปัญหาเรื่องของเครือข่ายและความถี่ที่ลดลงในระยะข้างหน้า เพราะฉะนั้นการมีนโยบายที่ชัดเจนและถูกต้อง จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความก้าวหน้าของการให้บริการโมบายบรอนแบนด์ นอกจากนี้ปัจจัยเรื่องของ Pricing และ Packaging ก็ยังมีความสำคัญไม่แพ้กัน ในอันที่จะขยายฐานผู้ใช้บริการโดยเฉพาะในกลุ่มคนที่ยังมีรายได้น้อย รวมทั้งการสรรหาแพคเกจใหม่ๆโดยผนวกสื่อดิจิทัล, Wi-Fi, บริการ Non-voice ต่างๆ รวมทั้งเครื่องมือเชื่อมต่อใหม่ๆ ที่จะช่วยนำไปสู่การบริการบรอดแบนด์ที่รวดเร็วมากยิ่งขึ้น" นาง ญรพร กล่าว