



27 สิงหาคม 2556

แหล่งที่มา: chairmantoday.com

PwC คาดอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิงไทยทะลุ 1.48 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 60 โตเฉลี่ย 11.13% ต่อปี หลังอินเทอร์เน็ต, งบโฆษณาทีวีหนุน

ทิศทางอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิงไทยจะมีแนวโน้มอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) เป็น 'ตัวเลขสองหลัก' ไปอีก 5 ปีข้างหน้า แข่งหน้าตลาดสหรัฐ-ยุโรปและอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั่วโลก หลังได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตและงบโฆษณาผ่านสื่อทีวี ในขณะที่เดียวกัน อินโดนีเซีย จะถูกจับตาให้เป็น 'ตลาดเกิดใหม่' ที่มีการเติบโตทางด้านสื่อ-บันเทิงเร็วที่สุด

บริษัท PwC ประเทศไทย คาดการณ์ถึงแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของประเทศไทยว่าจะขยายตัวอย่างแข็งแกร่งไปอีก 5 ปีข้างหน้า หลังรายงานล่าสุดพบว่า การใช้จ่ายด้านสื่อและบันเทิง (Entertainment and Media spending) จะมีมูลค่าสูงถึง 1.48 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 463.2 แสนล้านบาท ภายในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 9.7 พันล้านดอลลาร์ ในสิ้นปีนี้ โดยได้รับผลบวกจากการขยายตัวของการใช้งานทางอินเทอร์เน็ต (Internet access) และงบโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ (TV advertising) ที่เพิ่มสูงขึ้น

PwC ยังคาดว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR 2556-60) ของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทยจะอยู่ที่ 11.3% ไปในระยะเวลาอีก 5 ปีข้างหน้า ถือเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุดเป็นอันดับที่ 4 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจาก อินโดนีเซีย 17.1% ฟิลิปปินส์ 14.8% และเวียดนาม 13.5% นอกจากนี้ ยังสวนทางกับการเติบโตแบบ Single digit ของตลาดที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐฯ ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยที่ 4.8% และยุโรปที่ 3%

ในขณะเดียวกัน อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของโลก (Global average CAGR) คาดว่าจะอยู่ที่ 5.6% ในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิงจะมีมูลค่ารวมกว่า 2.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 1.6 ล้านล้านดอลลาร์ ในปีที่ผ่านมา สหรัฐฯ จะยังคงครองตำแหน่งการเป็นตลาดสื่อ-บันเทิงที่ใหญ่ที่สุด โดยมีมูลค่า 6.32 แสนล้านดอลลาร์ ในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 4.99 แสนล้านดอลลาร์ ในปี 2555

ในทางกลับกัน กลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตเร็วที่สุด (Fastest growing territories 2013-17 CAGR%) จะอยู่ใน 'กลุ่มประเทศเกิดใหม่' 8 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย (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 จะมีกลุ่มชนชั้นกลาง หรือ Middle Class คิดเป็นถึงสองในสามของประชากรโลกทั้งหมด โดยมีรายจ่ายต่อวัน (Daily expenditure) อยู่ระหว่าง 10 ถึง 100 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยชนชั้นกลางกลุ่มใหม่นี้ จะมีจำนวนมากอยู่ในแถบ เอเชียแปซิฟิก เป็นหลัก

นางณัฐพร พันธุ์อุดม หัวหน้าส่วนสายงานตรวจสอบบัญชี 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 ณัฐพร กล่าว