

วันที่: 30 มิถุนายน 2557

แหล่งที่มา: เว็บไซต์ Marketeer

<http://marketeer.co.th/2014/06/future-media/>

เกิดอะไรขึ้นกับสื่อ-บันเทิงและโฆษณาอีก 5 ปี

- 1.มูลค่าอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิง ในปี 2561 อยู่ที่ 2.27 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 73.39 ล้านล้านบาทเติบโตเฉลี่ยปีละ 5% โดยสหรัฐอเมริกายังคงครองแชมป์ประเทศที่มีตลาดสื่อ-บันเทิงที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีมูลค่าถึง 7.23 แสนล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2561 หรือประมาณ 23.37 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 5.73 แสนล้านดอลลาร์ฯ ในปีที่ผ่านมา
- 2.กลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิงสูง 9 ประเทศ ได้แก่ จีน บราซิล รัสเซีย อินเดีย เม็กซิโก แอฟริกาใต้ ตุรกี อาร์เจนตินา และอินโดนีเซีย มีสัดส่วนเป็น 21.7% ของรายได้สื่อและบันเทิงทั่วโลกในปี 2561 ปรับตัวสูงขึ้นจาก 12.4% ในปี 2552
- 3.จากการบริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสินค้าเพื่อความบันเทิงและสื่อทุกรูปแบบทำให้อุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิงในประเทศจีนก้าวขึ้นเป็นตลาดสื่อและบันเทิงที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับสองของโลกจะแซงหน้าญี่ปุ่น ตามหลังสหรัฐฯ โดยอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อในจีนมีแนวโน้มเติบโตจากปีก่อนที่ 1.27 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือ 4.1 ล้านล้านบาท เป็น 2.13 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 6.88 ล้านล้านบาท ภายในปี 2561 เติบโตเฉลี่ยต่อปี 10.9% ส่วนการเติบโตโดยเฉลี่ยของทั่วโลกอยู่ที่ 5%
- 4.อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของประเทศไทยในอีก 5 ปีข้างหน้ามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี ประมาณ 7.3% เป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุดเป็นอันดับที่สองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจาก อินโดนีเซีย 10.3% แซงหน้ามาเลเซีย 6.1% และเติบโตแซงหน้าสหรัฐฯ และยุโรป ที่มีการเติบโตเฉลี่ยเพียง 4.8% และ 2.7% ตามลำดับ
- 5.การใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงของไทยในปี 2561 เติบโต 33% ด้วยมูลค่า 1.33 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 4.3 แสนล้านบาท เนื่องจากการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจเคเบิลทีวีในประเทศ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้น โดย 4G เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ช่วยกระตุ้นการใช้สื่อออนไลน์
- 6.โฆษณาออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่จะกระตุ้นให้การใช้ผ่านสื่อและบันเทิงเติบโตในระยะยาว ทั้งในไทยและทั่วโลก หลังการใช้งานอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้บริโภคที่หลงใหลในเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเทคโนโลยีบนมือถือ รวมไปถึงแอปพลิเคชันต่างๆ ที่ขับเคลื่อนโดยระบบการประมวลผล และเทคโนโลยีคลาวด์
- 7.เฟซบุ๊กเป็นโซเชียลมีเดียที่ช่วยกระตุ้นรายได้ตลาดโฆษณาออนไลน์เติบโตในระยะข้างหน้า โดยประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก มากที่สุดในเอเชีย
- 8.ในปี 2561 ตลาดโฆษณาออนไลน์ในไทยมีมูลค่าสูงถึง 68 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 2.2 พันล้านบาท

9.ธุรกิจเคเบิลทีวีให้บริการโทรทัศน์ที่มีการเรียกเก็บค่าสมาชิก และค่าลิขสิทธิ์ (TV subscriptions and licence fees) เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยปรับตัวดีขึ้นในอนาคต โดยคาดว่าจะการจำนวนสมาชิกเคเบิลจะสูงถึง 4.8 ล้านรายภายในสิ้นปี 2561 เพิ่มขึ้นจากเพียง 2.2 ล้านรายในปี 2556 ถึงแม้ว่าที่ผ่านมา อุตสาหกรรมจะเผชิญกับอัตราการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ค่อนข้างสูง และการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ให้บริการฟรีทีวีผ่านสัญญาณดาวเทียม

10. การเติบโตของเคเบิลทีวีจะถือเป็นปัจจัยเร่งให้ตลาดโทรทัศน์แบบเสียบค่าบริการ หรือ Pay-TV เติบโตขึ้น โดยคาดว่าจะภายในสิ้นปี 2561 จะมีผู้ให้บริการที่เป็น Pay-TV สูงถึง 6.8 ล้านรายในประเทศไทย หรือคิดเป็น 38.7% ของการรับชมทีวีของภาคครัวเรือนทั้งหมด และสร้างรายได้เกือบ 1.3 พันล้านดอลลาร์ หรือกว่า 4.2 หมื่นล้านบาท

