



วันที่: 30 มิถุนายน 2557

แหล่งที่มา: เว็บไซต์ Manager

<http://www.manager.co.th/iBizchannel/viewNews.aspx?NewsID=9570000073539>

PwC คาดการใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงของไทยในปี 2561 สูงกว่า 4.3 แสนล้านบาท

PwC ประเทศไทย (ไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส) หนึ่งในเครือข่ายบริษัทผู้ให้บริการด้านการตรวจสอบ บัญชีบริการให้คำปรึกษาด้านภาษีและบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจรายใหญ่ของโลก เผยรายงานล่าสุด Global Entertainment and Media Outlook 2014-2018

PwC คาดการใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงของไทยในปี 2561 จะสูงกว่า 4.3 แสนล้านบาท ขณะที่อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง 5 ปีข้างหน้าเติบโตเฉลี่ย 7.3% ต่อปี แซงหน้าตลาดสหรัฐ-ยุโรปและอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั่วโลกหลังได้รับานิสงส์จากการขยายตัวของธุรกิจโฆษณาออนไลน์ การใช้งานเคเบิลทีวี และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้น

หากมองเทคโนโลยี 4G เป็นปัจจัยสำคัญช่วยกระตุ้นการใช้สื่อออนไลน์ มั่นใจหน่วยงานของรัฐเร่งเปิดประมูลเร็วที่สุดหลังเคลียร์ความโปร่งใส พร้อมมองอนาคตจีน จะกลายเป็นตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับสองของโลกที่มีอัตราการเติบโตด้านสื่อ-บันเทิงมากที่สุด

ผลจากบทวิเคราะห์ที่น่าสนใจ ได้แก่ แนวโน้มอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลกระหว่างปี 2557-2561 (Global Entertainment and Media Outlook 2014-2018) ว่า มูลค่าการใช้จ่ายด้านสื่อและบันเทิงของประเทศไทยในช่วง 5 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มขยายตัวถึง 33% หรือมีมูลค่าประมาณ 1.33 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราว 4.3 แสนล้านบาทภายในปี 2561 เนื่องจากประชาชนเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Internet access) เพิ่มขึ้นส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ (Online advertising) ขยายตัว รวมทั้งการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจเคเบิลทีวีในประเทศ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ 7.3% ของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทยถือเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย

ต่อปีสูงสุดเป็นอันดับที่สองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากอินโดนีเซีย 10.3% และแขวงหนำมาเลเซีย 6.1% นอกจากนี้อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของไทยยังสูงกว่าตลาดที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐฯ ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยเพียง 4.8% และยุโรปที่ 2.7%

ตลาดโฆษณาออนไลน์ในไทยจะมีมูลค่าสูงถึง 68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561 หรือราว 2.2 พันล้านบาทเพิ่มขึ้นจาก 25 ล้านดอลลาร์ฯ ในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ อัตราการเข้าถึงบรอดแบนด์ (Broadband penetration) ของไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 31% จาก 24% ภายในช่วงเวลาเดียวกัน

ปัจจุบันไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดในเอเชีย โดยมีผู้ใช้งานทั่วประเทศถึง 18 ล้านราย เพิ่มขึ้นจากฐานที่ต่ำเพียง 8 ล้านรายในปี 2552 และมีผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานครสูงถึง 8.5 ล้านรายจึงนับได้ว่าเฟซบุ๊กเป็นตัวเร่งสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้รายได้ตลาดโฆษณาออนไลน์เติบโตในระยะข้างหน้า

กลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงสุด 9 ประเทศ ได้แก่ จีน บราซิล รัสเซีย อินเดีย เม็กซิโก แอฟริกาใต้ ตุรกี อาร์เจนตินา และอินโดนีเซีย จะเห็นการขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาเดียวกันโดยมีสัดส่วนคิดเป็น 21.7% ของรายได้สื่อและบันเทิงทั่วโลกในปี 2561ปรับตัวสูงขึ้นจาก 12.4% ใน ปี 2552

ประเด็นสำคัญที่ต้องติดตาม คือ การเปลี่ยนผ่านการให้บริการสัญญาณ 3G เป็น 4G เพราะเป็นปัจจัยที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในอนาคตคาดว่ารายได้จากการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Internet access) ในไทยจะเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจาก 466 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2561

ธุรกิจเคเบิลทีวี หรือการให้บริการโทรทัศน์ที่มีการเรียกเก็บค่าสมาชิกและค่าลิขสิทธิ์ (TV subscriptions and licence fees) ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้นให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยปรับตัวดีขึ้นในระยะข้างหน้า แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา

อุตสาหกรรมจะเผชิญกับอัตราการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ค่อนข้างสูงและการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ให้บริการฟรีทีวีผ่านสัญญาณดาวเทียม แนวโน้มการให้บริการระบบโทรทัศน์ผ่านสัญญาณเคเบิลจะเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ

หลังบริการที่มีราคาถูกลง ดึงดูดให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจ และไม่ใช้เคเบิลที่ผิดกฎหมายมากขึ้น โดยคาดว่าจะการจำนวนสมาชิกเคเบิลจะสูงถึง 4.8 ล้านรายภายในสิ้นปี 2561 เพิ่มขึ้นจากเพียง 2.2 ล้านรายเมื่อสิ้นปีที่ผ่านมา