



เกี่ยวกับเรา ประเด็นสืบสวน เกาะกระแส
คอลัมน์ บล็อก อินโฟกราฟิกส์ คนในข่าว
คุยกับเรา

PwC เปิดผลสำรวจการใช้จ่ายผ่านสื่อของไทยทะลุ 4.3 แสนล้านในปี 61 คาดตลาดสื่อโฆษณาออนไลน์โต

30 มิถุนายน 2014

นางสาว วิไลพร ทวีลาภพันทอง หุ้นส่วนสายงานที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) เปิดเผยถึงผลสำรวจทิศทางอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลกระหว่างปี 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) เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ (Online advertising) ขยายตัว รวมทั้งการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจเคเบิลทีวีในประเทศ

ขณะที่อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของประเทศไทยในช่วง 5 ปีต่อจากนี้ คาดจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR 2557-61) อยู่ที่ 7.3% ซึ่งถือเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุดเป็นอันดับที่สองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจาก อินโดนีเซีย 10.3% และชว่นมาเลเซีย 6.1% นอกจากนี้ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของไทยยังสูงกว่าตลาดที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐฯ ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยเพียง 4.8% และยุโรปที่ 2.7% (ดูเพิ่มเติม)

"โฆษณาออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่จะกระตุ้นให้การใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงเติบโตในระยะยาว ทั้งในไทยและทั่วโลก หลังการใช้งานอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้ใช้งานที่หลงใหลในเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเทคโนโลยีบนมือถือ (Mobile Technology) รวมไปถึงแอปพลิเคชันต่างๆ ที่ขับเคลื่อนโดยระบบการประมวลผล และ คลาวด์" นางสาว วิไลพร กล่าว

"ปัจจุบันไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดในเอเชีย โดยมีผู้ใช้งานทั่วประเทศถึง 18 ล้านราย เพิ่มขึ้นจากฐานที่ต่ำเพียง 8 ล้านรายในปี 2552 และ มีผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานครสูงถึง 8.5 ล้านราย จึงนับได้ว่าเฟซบุ๊กเป็นตัวเร่งสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้รายได้ตลาดโฆษณาออนไลน์เติบโตในระยะข้างหน้า"

PwC ยังคาดการณ์ว่า ตลาดโฆษณาออนไลน์ในไทยจะมีมูลค่าสูงถึง 68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561 หรือราว 2.2 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 25 ล้านดอลลาร์ ในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ อัตราการเข้าถึงบรอดแบนด์ (Broadband penetration) ของไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 31% จาก 24% ภายในช่วงเวลาเดียวกัน



นางสาว วิไลพร ตรีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย)

นางสาว วิไลพร กล่าวต่อว่า หากดูภาพรวมในระดับโลก อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิง (Global average CAGR) คาดจะอยู่ที่ 5% ในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยมีมูลค่ารวมกว่า 2.27 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561 โดยสหรัฐอเมริกา จะยังคงครองแชมป์ประเทศที่มีตลาดสื่อ-บันเทิงที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีมูลค่าถึง 7.23 แสนล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2561 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 5.73 แสนล้านดอลลาร์ฯ ในปีที่ผ่านมา

สำหรับกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูง 9 ประเทศ ได้แก่ จีน บราซิล รัสเซีย อินเดีย เม็กซิโก แอฟริกาใต้ ตุรกี อาร์เจนตินา และอินโดนีเซีย จะเห็นการขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาเดียวกัน โดยมีสัดส่วนคิดเป็น 21.7% ของรายได้สื่อและบันเทิงทั่วโลกในปี 2561 ปรับตัวสูงขึ้นจาก 12.4% ในปี 2552

"High growth market อย่างจีน จะแข่งขันญี่ปุ่น ในการเป็นตลาดสื่อและบันเทิงที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับสองของโลก ตามหลังยักษ์ใหญ่อย่างสหรัฐฯ โดยอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อในจีนมีแนวโน้มเติบโตจากปีก่อนที่ 1.27 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็น 2.13 แสนล้านเหรียญฯ ภายในปี 2561 เฉลี่ยแล้วจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 10.9% จากการบริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสินค้าเพื่อความบันเทิงและสื่อทุกรูปแบบ ในขณะที่การเติบโตโดยเฉลี่ยของทั่วโลกอยู่ที่ 5%" นางสาว วิไลพร กล่าว

4G กับอนาคตการสื่อสารไทย

ประเด็นสำคัญที่ต้องติดตามในระยะต่อไป คือ การเปลี่ยนผ่านการใช้บริการสัญญาณ 3G เป็น 4G เพราะเป็นปัจจัยที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต ปัจจุบันผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในไทยมีการให้บริการสัญญาณ 3G กันอย่างแพร่หลาย โดยมีผู้ใช้งานทั้งสิ้นกว่า 20 ล้านเลขหมาย ณ สิ้นสุดเดือนกันยายนปีที่ผ่านมา การใช้สัญญาณโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มสูงขึ้น จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์เติบโตตามไปด้วย

ทั้งนี้ คาดว่ารายได้จากการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Internet access) ในไทยจะเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจาก 466 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2561 ขณะที่การเปิดให้บริการเครือข่าย 3G และ 4G อย่างแพร่หลาย จะส่งผลให้อัตรากำไรต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) ของผู้ประกอบการ ปรับตัวลดลงจาก 6 ดอลลาร์ เป็น 4.12 ดอลลาร์

ขณะที่ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือของไทยในไตรมาสแรกของปีนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 96.4 ล้านราย เพิ่มขึ้นจาก 87.3 ล้านรายในช่วงเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตามแม้ว่าล่าสุด คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้แถลงชะลอโครงการจัดประมูล 4G บนคลื่นความถี่ 1800 เมกะเฮิรตซ์ (MHz) ออกไปก่อน จากกำหนดการเดิมที่จะมีการประมูลใบอนุญาตในเดือนสิงหาคมนี้ แต่เชื่อว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง รวมทั้งอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทยในระยะยาว

"แม้การประมูลจะถูกเลื่อนออกไป แต่มองว่าเป็นการชั่วคราวเท่านั้น เรายังเชื่อมั่นว่าการประมูล 4G จะเกิดขึ้นในเร็ววัน เพราะการพัฒนาด้านโทรคมนาคมถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการวางโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อให้ไทยมีความพร้อมในการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะมีขึ้นในปลายปีหน้า" นางสาววิไลพรกล่าว

"ขณะที่ปัจจุบันผู้ให้บริการสามารถใช้สัญญาณ 4G LTE หลังผู้ให้บริการเครือข่ายได้พัฒนาโครงข่ายบนคลื่นความถี่เดิมที่ได้รับสัมปทาน โดยเชื่อมั่นว่า ช่วงที่รอความชัดเจนของการประมูลนี้ ผู้ให้บริการจะเร่งพัฒนาโครงข่าย และขยายเสาสัญญาณ 4G เพื่อให้รองรับการให้บริการในอนาคต" นางสาววิไลพรกล่าว

นอกจากนี้ ภาพรวมตลาดการให้บริการอินเทอร์เน็ตตามสาย (Fixed broadband) ของไทยจะยังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยคาดว่าจะมีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นจาก 4 ล้านราย เป็น 5.4 ล้านราย ภายในปี 2561 ส่งผลให้รายได้รวมจากอัตราการใช้บรอดแบนด์เพิ่มเป็น 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จาก 1.1 พันล้านดอลลาร์

ทั้งนี้ธุรกิจเคเบิลทีวี หรือการให้บริการโทรทัศน์ที่มีการเรียกเก็บค่าสมาชิก และค่าลิขสิทธิ์ (TV subscriptions and licence fees) ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ ที่กระตุ้นให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยปรับตัวดีขึ้นในระยะข้างหน้า แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมจะเผชิญกับอัตราการผลิตลิขสิทธิ์ที่ค่อนข้างสูง และการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ให้บริการฟรีทีวีผ่านสัญญาณดาวเทียม

"เราเชื่อว่า แนวโน้มการใช้บริการระบบโทรทัศน์ผ่านสัญญาณเคเบิลจะเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ หลังบริการที่มีราคาถูกลง ดึงดูดให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจ และไม่ใช้เคเบิลที่ผิดกฎหมายมากขึ้น โดยคาดว่าจะการจำนวนสมาชิกเคเบิลจะสูงถึง 4.8 ล้านรายภายในสิ้นปี 2561 เพิ่มขึ้นจากเพียง 2.2 ล้านรายเมื่อสิ้นปีที่ผ่านมา" นางสาว วิไลพร กล่าว

ขณะเดียวกันการเติบโตของเคเบิลทีวีจะถือเป็นปัจจัยเร่งให้ตลาดโทรทัศน์แบบเสียค่าบริการ หรือ Pay-TV เติบโตขึ้นอีกด้วย โดยคาดว่าจะภายในสิ้นปี 2561 จะมีผู้ให้บริการที่เป็น Pay-TV สูงถึง 6.8 ล้านรายในประเทศไทย หรือคิดเป็น 38.7% ของการรับชมทีวีของภาคครัวเรือนทั้งหมด และสร้างรายได้เกือบ 1.3 พันล้านดอลลาร์ หรือกว่า 4.2 หมื่นล้านบาท