

วันที่: 1 กรกฎาคม 2557

แหล่งที่มา: เว็บไซต์ Naewna

<http://www.naewna.com/business/110524>

PwC คาดการใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงของไทยในปี 2561 สูงกว่า 4.3 แสนล้านบาท

PwC คาดการใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงของไทยในปี 2561 สูงกว่า 4.3 แสนล้านบาท ขณะที่อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง 5 ปี ข้างหน้าเติบโตเฉลี่ย 7.3% ต่อปี แซงหน้าตลาดสหรัฐ-ยุโรปและอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั่วโลก หลังได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของธุรกิจโฆษณาออนไลน์ การใช้งานเคเบิลทีวี และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้น มองเทคโนโลยี 4G เป็นปัจจัยสำคัญช่วยกระตุ้นการใช้สื่อออนไลน์ มั่นใจหน่วยงานของรัฐเร่งเปิดประมูลเร็วที่สุด หลังเคลียร์ความโปร่งใส พร้อมมองอนาคตจีน จะกลายเป็นตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับสองของโลกที่มีอัตราการเติบโตด้านสื่อ-บันเทิงมากที่สุด



นางสาววิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) เปิดเผยถึงผลสำรวจทิศทางอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลกระหว่างปี 2557-2561 (Global Entertainment and Media Outlook 2014-2018) ว่า มูลค่าการใช้จ่ายด้านสื่อและบันเทิงของประเทศไทยในช่วง 5 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มขยายตัวถึง 33% หรือมีมูลค่าประมาณ 1.33 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐหรือราว 4.3 แสนล้านบาทภายในปี 2561 เนื่องจากประชาชนเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Internet access) เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ (Online advertising)

ขยายตัวรวมทั้งการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจเคเบิลทีวีในประเทศ

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

"โฆษณาออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่จะกระตุ้นให้การใช้ผ่านสื่อและบันเทิงเติบโตในระยะยาว ทั้งในไทยและทั่วโลก หลังการใช้งานอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้ใช้งานที่หลงใหลในเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเทคโนโลยีบนมือถือ (Mobile Technology) รวมไปถึงแอปพลิเคชันต่างๆ ที่ขับเคลื่อนโดยระบบการประมวลผล และคลาวด์"

นางสาววิไลพรกล่าว

PwC ยังคาดการณ์ว่า ตลาดโฆษณาออนไลน์ในไทยจะมีมูลค่าสูงถึง 68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561 หรือ 2.2 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 25 ล้านดอลลาร์ฯ ในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ อัตราการเข้าถึงบรอดแบนด์ของไทยจะเพิ่มเป็น 31% จาก 24% ภายในช่วงเวลาเดียวกัน

ประเด็นที่ต้องติดตาม คือ การเปลี่ยนผ่านการให้บริการสัญญาณ 3G เป็น 4G เพราะเป็นปัจจัยที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยเติบโต ปัจจุบันผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในไทยให้บริการสัญญาณ 3G กันอย่างแพร่หลายมีผู้ใช้งานกว่า 20 ล้านเลขหมาย การใช้งานโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์เติบโตตามไปด้วย

ทั้งนี้ คาดว่ารายได้จากการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ ในไทยจะเพิ่มเท่าตัวจาก 466 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2561 ขณะที่การเปิดให้บริการเครือข่าย 3G และ 4G จะส่งผลให้อัตรากำไรบริการต่อเลขหมายต่อเดือนของผู้ประกอบการลดลงจาก 6 ดอลลาร์ เป็น 4.12 ดอลลาร์ ทั้งนี้ ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือของไทยในไตรมาสแรกของปีนี้มีทั้งสิ้น 96.4 ล้านราย เพิ่มขึ้นจาก 87.3 ล้านรายในช่วงเดียวกันของปีก่อน

ภาพรวมตลาดการให้บริการอินเทอร์เน็ตตามสายของไทยจะยังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอีก 5 ปีโดยคาดว่าจะเพิ่มจาก 4 ล้านราย เป็น 5.4 ล้านราย ภายในปี 2561 ส่งผลให้รายได้รวมจากการใช้บรอดแบนด์เพิ่มเป็น 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จาก 1.1 พันล้านดอลลาร์

ธุรกิจเคเบิลทีวีเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กระตุ้นให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงปรับตัวดีขึ้น โดยคาดว่าสมาชิกเคเบิลจะสูงถึง 4.8 ล้านราย ภายในสิ้นปี 2561 เพิ่มขึ้นจาก 2.2 ล้านรายเมื่อสิ้นปี 2556 อีกทั้งยังเป็นปัจจัยเร่งให้ตลาดโทรทัศน์แบบเสียบค่าบริการหรือ Pay-TV เติบโตขึ้น โดยคาดว่าสิ้นปี 61 จะมีผู้ใช้บริการ 6.8 ล้านรายในประเทศไทย หรือคิดเป็น 38.7% ของการรับชมทีวีของภาคครัวเรือนทั้งหมด และสร้างรายได้ 1.3 พันล้านดอลลาร์ หรือ 4.2 หมื่นล้านบาท