



MEDIA MONITOR

โครงการกลไกสื่อมวลชนศึกษาเพื่อสุขภาวะ
มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา

[หน้าแรก](#)

[ผลการศึกษา »](#)

[ชุดสื่อ »](#)

[ข่าวและบทความ »](#)

[Home](#) / [ข่าวและบทความ](#) / คาด สื่อและบันเทิงของไทยทะลุ 4.3 แชนล้านบาทในปี 2561

คาด สื่อและบันเทิงของไทยทะลุ 4.3 แชนล้านบาทในปี 2561



บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) คำนวณค่าใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงของไทยในปี 2561 จะมีมูลค่า 4.3 แชนล้านบาท ขณะที่อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง 5 ปีข้างหน้าเติบโตเฉลี่ย 7.3% ต่อปี มีขนาดตลาดสหรัฐ-ยุโรปและอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั่วโลก มอมาจากความขยายตัวของธุรกิจโฆษณาออนไลน์ การใช้งานมือถือทีวี และการค้าอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น

วิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) เปิดเผยถึงผลสำรวจทิศทางอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลกระหว่างปี 2557-2561 ว่า มูลค่าการใช้จ่ายด้านสื่อและบันเทิงของประเทศไทยในช่วง 5 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มขยายตัวถึง 33% หรือมีมูลค่าประมาณ 1.33 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราว 4.3 แสนล้านบาท ภายในปี 2561 เนื่องจากประชาชนเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Internet access) เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ (Online advertising) ขยายตัว รวมทั้งการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจเคเบิลทีวีในประเทศ

สื่อและบันเทิงไทยไต่บันไดขึ้น 2

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

อัตราเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง ปี 2557-61

อัตราเติบโต
10.3%



อินโดนีเซีย

อัตราเติบโต
7.3%



ไทย

อัตราเติบโต
6.1%



มาเลเซีย

อัตราเติบโต
4.8%



สหรัฐอเมริกา

อัตราเติบโต
2.7%



ยุโรป

ที่มา : บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย)

POSITIONING

โฆษณาออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่จะกระตุ้นให้การใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงเติบโตในระยะเวลา ทั้งในไทยและทั่วโลก หลังการใช้งานอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้นในเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเทคโนโลยี (Mobile Technology) รวมไปถึงแอปพลิเคชันต่างๆ ที่ขับเคลื่อนกระบวนการประมวลผล และ คลาวด์” วิไลพร กล่าว

“ปัจจุบันไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุดในเอเชีย โดยมีการใช้งานทั่วประเทศถึง 18 ล้านราย เพิ่มขึ้นจากฐานที่ต่ำเพียง 8 ล้านรายในปี 2552 และ มีผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานครสูงถึง 8.5 ล้านราย จึงนับได้ว่าเฟซบุ๊กเป็นตัวเร่งสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้รายได้ตลาดโฆษณาออนไลน์เติบโตในระยะข้างหน้า”

อีก 4 ปีโฆษณาออนไลน์ทะลุ 2.2 ล้านล้าน

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

จีน ครองตลาดสื่อและบันเทิงใหญ่เป็นอันดับสองของโลก

เมื่อดูภาพรวมในระดับโลก 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

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

ทั้งนี้ จีน จะก้าวขึ้นครองตลาดสื่อและบันเทิงที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับสองของโลก แซงหน้าญี่ปุ่น แต่ตามหลังยักษ์ใหญ่อย่างสหรัฐฯ โดยอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อในจีนมีแนวโน้มเติบโตจากปีก่อนที่ 1.27 แสนล้านเหรียญสหรัฐ เป็น 2.13 แสนล้านเหรียญฯ ภายในปี 61 แล้วจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 10.9% จากการบริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสินค้าเพื่อความบันเทิงและสื่อทุกรูปแบบ ในขณะที่การเติบโตเฉลี่ยของทั่วโลกอยู่ที่ 5%” วิไลพร กล่าว

4G ล้นสื่อและบันเทิงไทย

บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) ยังได้ติดตาม การเปลี่ยนผ่านการให้บริการสัญญาณ 3G เป็น 4G เพราะเป็นปัจจัยที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต ปัจจุบันผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในไทยมีการให้บริการสัญญาณ 3G กันอย่างแพร่หลาย โดยมีผู้ใช้งานทั้งสิ้นกว่า 20 ล้านเลขหมาย ณ สิ้นสุดเดือนกันยายนปีที่ผ่านมา

การใช้งานโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มสูงขึ้น จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์เติบโตตามไปด้วย

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

ทั้งนี้ ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือของไทยในไตรมาสแรกของปีนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 96.4 ล้านราย เพิ่มขึ้นจาก 87.3 ล้านรายในช่วงเดียวกันของปีก่อน

วิไลพรกล่าวเสริมว่า แม้ว่าล่าสุด คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้แถลงชะลอโครงการจัดประมูล 4G บนคลื่นความถี่ 1800 เมกะเฮิรตซ์ (MHz) ออกไปก่อน จากกำหนดการเดิมที่จะมีการประมูลใบอนุญาตในเดือนสิงหาคมนี้ แต่เชื่อว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง รวมทั้งอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทยในระยะยาว โดยคาดว่าจะการประมูลจะเกิดขึ้นได้ในเร็ววัน เพราะเป็นพื้นฐานสำคัญในการวางโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และรับกับเออีซี ที่จะมีการขึ้นในปีหน้า

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

ธุรกิจเคเบิลทีวี หรือการให้บริการโทรทัศน์ที่มีการเรียกเก็บค่าสมาชิก และค่าลิขสิทธิ์ (TV subscriptions and licence fees) ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ ที่กระตุ้นให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยปรับตัวดีขึ้นในระยะข้างหน้า แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมจะเผชิญกับอัตราค่าลิขสิทธิ์ที่ค่อนข้างสูง และการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ให้บริการฟรีทีวีผ่านสัญญาณดาวเทียม

แนวโน้มการใช้บริการระบบโทรทัศน์ผ่านสัญญาณเคเบิลจะเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ หลังบริการที่มีราคาถูกลง ดึงดูดให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจ และไม่ใช้เคเบิลที่ผิดกฎหมายมากขึ้น โดยคาดว่าจะการจำนวนสมาชิกเคเบิลจะสูงถึง 4.8 ล้านรายภายในสิ้นปี 2561 เพิ่มขึ้นจากเพียง 2.2 ล้านรายเมื่อสิ้นปีที่ผ่านมา” วิไลพร กล่าว

นอกจากนี้ การเติบโตของเคเบิลทีวีจะถือเป็นปัจจัยเร่งให้ตลาดโทรทัศน์แบบเสียค่าบริการ หรือ Pay-TV เติบโตขึ้นอีกด้วย โดยคาดว่าจะภายในสิ้นปี 61 จะมีผู้ใช้บริการที่เป็น Pay-TV สูงถึง 6.8 ล้านรายในประเทศไทย หรือคิดเป็น 38.7% ของการรับชมทีวีของภาคครัวเรือนทั้งหมด และสร้างรายได้เกือบ 1.3 พันล้านดอลลาร์ หรือกว่า 4.2 หมื่นล้านบาท”

pwc Entertainment & Media Outlook 2014-2018 Entertainment and Media market in Thailand† (US dollar millions)										
	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018
										2013-18 CAGR
Entertainment and Media in Thailand†										
Business-to-business	359	389	396	430	442	461	486	512	536	561
Book publishing	1,030	1,045	1,174	1,224	1,288	1,358	1,443	1,547	1,674	1,827
Magazine publishing	498	442	452	440	448	449	448	448	447	447
Filmed entertainment	345	374	440	463	456	472	460	510	531	552
Internet access	717	937	1,135	1,357	1,544	1,779	2,045	2,325	2,625	2,951
Internet advertising	8	9	15	19	26	32	40	48	57	68
Newspaper publishing	1,047	1,132	1,131	1,160	1,224	1,304	1,380	1,472	1,559	1,635
Out-of-home advertising	188	198	227	248	267	288	312	333	355	373
Radio	202	201	194	208	208	215	227	239	252	265
Music	326	323	324	321	308	300	285	283	294	297
TV advertising	1,566	1,803	2,024	2,215	2,252	2,331	2,415	2,508	2,602	2,682
TV subscriptions and licence fees	500	520	506	605	643	757	860	1,012	1,148	1,263
Video games	136	157	179	207	228	252	271	288	305	325
Total	6,922	7,535	8,263	8,903	9,334	9,999	10,740	11,536	12,380	13,264
Total with double counting	6,922	7,535	8,263	8,903	9,334	9,999	10,740	11,536	12,380	13,264
Total without double counting	6,832	7,440	8,160	8,803	9,229	9,933	10,611	11,391	12,214	13,070
Alert- value of double counting										
	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018
Trade magazine in Thailand	24	21	21	21	22	22	23	24	25	26
Counted in: Magazine publishing in Thailand, Business-to-business in Thailand										
Professional books in Thailand	57	50	59	61	62	63	65	67	69	71
Counted in: Book publishing in Thailand, Business-to-business in Thailand										
Digital directory advertising in Thailand	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
Counted in: Directory advertising in Thailand, Classified Internet advertising in Thailand										
Trade magazine digital advertising in Thailand	-	-	-	-	0	0	1	1	3	5
Counted in: Trade magazine advertising in Thailand, Display Internet advertising in Thailand										
Consumer magazine digital advertising in Thailand	-	-	1	2	3	4	7	10	15	22
Counted in: Consumer magazine advertising in Thailand, Display Internet advertising in Thailand										
Newspaper publishing digital advertising in Thailand	0	0	4	5	6	8	11	14	18	24
Counted in: Newspaper publishing advertising in Thailand, Display Internet advertising in Thailand										
Online television advertising in Thailand	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Counted in: TV advertising in Thailand, Video Internet advertising in Thailand										
Electronic home video through-TV-subscription in Thailand	9	9	9	10	12	15	21	27	34	44
Counted in: Electronic home video in Thailand, Television subscriptions in Thailand										