

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	398	430	442	461	486	512	536	561	4.9
Book publishing	1,030	1,045	1,174	1,224	1,288	1,358	1,443	1,547	1,674	1,827	7.2
Magazine publishing	498	442	452	440	448	449	448	448	447	447	-0.1
Filmed entertainment	345	374	440	463	456	472	490	510	531	552	3.9
Internet access	717	937	1,135	1,357	1,544	1,779	2,045	2,325	2,625	2,951	13.8
Internet advertising	8	9	15	19	25	32	40	48	57	68	22.1
Newspaper publishing	1,047	1,132	1,131	1,168	1,224	1,304	1,386	1,472	1,555	1,635	6.0
Out-of-home advertising	188	198	227	246	267	288	312	333	355	373	6.9
Radio	202	201	194	208	208	216	227	237	252	265	5.0
Music	30	30	30	30	30	30	30	30	30	297	-0.7
TV advertising	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2,682	3.6
TV subscriptions and licence fees	500	526	568	605	643	757	880	1,012	1,148	1,283	14.8
Video games	3	3	3	3	3	3	3	3	3	325	7.3
Total	6,010	6,390	6,810	7,260	7,810	8,610	9,510	10,410	11,310	12,264	7.3

นางสาววิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าส่วนสายงานที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) เปิดเผยถึงผลสำรวจทิศทางอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลก ระหว่างปี 2557-2561 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 คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 7.3% ซึ่งถือเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุดเป็นอันดับที่สองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากอินโดนีเซีย 10.3% และแขวงหน่ามาเลเซีย 6.1% นอกจากนี้ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของไทยยังสูงกว่าตลาดที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐฯ ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยเพียง 4.8% และยุโรปที่ 2.7%

“โฆษณาออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่จะกระตุ้นให้การใช้จ่ายผ่านสื่อและบันเทิงเติบโตในระยะยาว ทั้งในไทยและทั่วโลก หลังการใช้งานอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้ใช้งานที่หลงใหลในเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเทคโนโลยีบนมือถือ (Mobile Technology) รวมไปถึงแอปพลิเคชันต่างๆ ที่ขับเคลื่อนโดยระบบการประมวลผลและ คลาวด์” นางสาววิไลพร กล่าวและว่า

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

PwC ยังคาดการณ์ว่า ตลาดโฆษณาออนไลน์ในไทยจะ

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

นางสาววิไลพร กล่าวต่อไปว่า ประเด็นสำคัญที่ต้องติดตามในระยะต่อไป คือ การเปลี่ยนผ่านการให้บริการสัญญาณ 3G เป็น 4G เพราะเป็นปัจจัยที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต ปัจจุบันผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในไทยมีการให้บริการสัญญาณ 3G กันอย่างแพร่หลาย โดยมีผู้ใช้งานทั้งสิ้นกว่า 20 ล้านเลขหมาย ณ สิ้นสุดเดือนกันยายนปีที่ผ่านมา

โดยการใช้งานโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มสูงขึ้น จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์เติบโตตามไปด้วย ทั้งนี้ คาดว่ารายได้จากการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือในไทยจะเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจาก 466 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2561 ขณะที่การเปิดให้บริการเครือข่าย 3G และ 4G อย่างแพร่หลาย จะส่งผลให้อัตราค่าบริการต่อเลขหมายต่อเดือน (ARPU) ของผู้ประกอบการ ปรับตัวลดลงจาก 6 ดอลลาร์ เป็น 4.12 ดอลลาร์

นางสาววิไลพรกล่าวเสริมว่า แม้ว่าล่าสุด คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้แถลงชะลอโครงการจัดประมูล 4G บนคลื่นความถี่ 1800 เมกะเฮิรตซ์ (MHz) ออกไปก่อน จากกำหนดการเดิมที่จะมีการประมูลใบอนุญาตในเดือนสิงหาคมนี้ แต่เชื่อว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง รวมทั้งอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทยในระยะยาว ■