



ไทยรัฐออนไลน์ วันอาทิตย์ที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2557

ข่าวในพระราชสำนัก | การเมือง | กีฬา | บันเทิง | โลฟส์โตร์ | เศรษฐกิจ | ต่างประเทศ

หน้าหลัก / เศรษฐกิจ

โฆษณาออนไลน์-เน็ต หนุนอุตสาหกรรมสื่อไทยพุ่ง คาดปี 61 มูลค่าทะลุ 4 แสนล้านบาท

โดย ไทยรัฐออนไลน์ 5 ก.ค. 2557 19:05



กูรูชี้แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยอนาคตสดใส มีลุ้นอีก 5 ปี เติบโตแซงหน้าตลาดสหรัฐและยุโรป เหตุโฆษณาออนไลน์ เคเบิลทีวี และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตพลุกผุด...

นางสาววิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานที่ปรึกษา บริษัท PwC Consulting (ประเทศไทย) เปิดเผยว่า ผลสำรวจทิศทางการอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลกระหว่างปี 2557-2561 มูลค่าการใช้จ่ายด้านสื่อและบันเทิงของประเทศไทยในช่วงดังกล่าว อาจมีแนวโน้มขยายตัวถึง 33% หรือมีมูลค่าราว 4.3 แสนล้านบาท เนื่องจากประชาชนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ขยายตัว รวมทั้งการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจเคเบิลทีวีในประเทศ ส่วนในประเทศไทยอาจมีการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 7.3% ซึ่งถือเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุดเป็นอันดับที่สองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

รองจาก อินโดนีเซียที่ประมาณ 10.3% นอกจากนี้ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของไทยยังสูงกว่าตลาดที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกา ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยเพียง 4.8% และยุโรปที่ 2.7%

"โฆษณาออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลักที่จะกระตุ้นให้การใช้ผ่านสื่อและบันเทิงเติบโตในระยะยาว ทั้งในไทยและทั่วโลก หลังการใช้งานอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้ใช้งานที่หลั่งไหลในเทคโนโลยีใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเทคโนโลยีบนมือถือ รวมไปถึงแอปพลิเคชันต่างๆ ที่ขับเคลื่อนโดยระบบการประมวลผลและคลาวด์" นางสาว วิไลพร กล่าว

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดในเอเชีย โดยมีผู้ใช้งานทั่วประเทศถึง 18 ล้านราย เพิ่มขึ้นจาก 8 ล้านราย ในปี 2552 และมีผู้ใช้งานในกรุงเทพฯ ถึง 8.5 ล้านราย จึงนับได้ว่าเฟซบุ๊กเป็นตัวเร่งสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้รายได้ตลาดโฆษณาออนไลน์เติบโตในระยะข้างหน้า ซึ่ง PwC ยังคาดการณ์ว่า ตลาดโฆษณาออนไลน์ในไทยจะมีมูลค่าสูงถึง 68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561 หรือราว 2.2 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 25 ล้านดอลลาร์ฯ ในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ อัตราการเข้าถึงบรอดแบนด์ของไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 31% จาก 24% ภายในช่วงเวลาเดียวกันอีกด้วย

นางสาววิไลพร กล่าวอีกว่า หากมองภาพรวมระดับโลก อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของอุตสาหกรรมสื่อ-บันเทิง อาจอยู่ที่ 5% ในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยมีมูลค่ารวมกว่า 2.27 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561 โดยสหรัฐอเมริกา จะยังคงครองแชมป์ประเทศที่มีตลาดสื่อ-บันเทิงที่ใหญ่ที่สุดในโลก ด้วยมูลค่าที่อาจสูงถึง 7.23 แสนล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2561 ส่วนกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูง 9 ประเทศ ได้แก่ จีน บราซิล รัสเซีย อินเดีย เม็กซิโก แอฟริกาใต้ ตุรกี อาร์เจนตินา และอินโดนีเซีย จะเห็นการขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาเดียวกัน โดยมีสัดส่วนคิดเป็น 21.7% ของรายได้สื่อและบันเทิงทั่วโลกในปี 2561 ปรับตัวสูงขึ้นจาก 12.4% ในปี 2552

ส่วนประเด็นสำคัญที่ต้องติดตามในระยะต่อไป คือ การเปลี่ยนผ่านจากการให้บริการ 3จี เป็น 4จี เพราะเป็นปัจจัยที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต ปัจจุบันผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในไทยมีการให้บริการสัญญาณ 3จี กันอย่างแพร่หลาย โดยมีผู้ใช้งานทั้งสิ้นกว่า 20 ล้านเลขหมาย ณ สิ้นสุดเดือนกันยายนปีที่ผ่านมา ซึ่งการใช้งานโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มขึ้น จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้ามามีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้นและส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาออนไลน์เติบโตตามไปด้วย

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

เช่นเดียวกับ ธุรกิจเคเบิลทีวี หรือการให้บริการโทรทัศน์ที่มีการเรียกเก็บค่าสมาชิก และค่าลิขสิทธิ์ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทยปรับตัวขึ้นในระยะข้างหน้า แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมจะเผชิญกับอัตราการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ค่อนข้างสูง และการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ให้บริการฟรีทีวีผ่านสัญญาณดาวเทียม.