

ข่าวประชาสัมพันธ์

**สมาคมมีเดียฯ แจงตัวเลขการใช้สื่อครึ่งปีแรกยังชะลอลดตัว -5% คาดสิ้นปีติดลบ -11%
สินค้าต่างๆ ยังใช้เงินน้อยคอยเศรษฐกิจกลับมาสดใส
สื่อในห้าง และ ณ จุดขายเติบโตสูงสุด สื่อพิมพ์-วิทยุ-โทรทัศน์ต้องปรับตัว**

**(22 สิงหาคม 2560) สมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย รายงานผล
งบประมาณการใช้สื่อครึ่งปีแรก และพยากรณ์ครึ่งปีหลัง 2560 คาดการณ์งบประมาณการ
ใช้สื่อในครึ่งปีหลังติดลบ 11% สืบเนื่องจากการภาคธุรกิจและรัฐบาลชะลอการใช้สื่อเพื่อค
สถานการณ์เศรษฐกิจในอนาคต สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ได้รับผลกระทบรุนแรงลด
การลงทุน**

**นายไตรลจน์ นวะมะรัตน์ นายกสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย
(Media Agency Association of Thailand : MAAT) เปิดเผยถึงอุตสาหกรรมสื่อในปลายปี 2560 นี้
ว่า "อุตสาหกรรมยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนทั้งอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่า GDP จะ
เติบโตถึง 3.3% แต่การใช้สื่อโดยรวมยัง -5% โดยเมื่อวิเคราะห์ตามสื่อแล้วพบว่า สื่อโทรทัศน์
(ดิจิทัลทีวี เคเบิลทีวีและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม) -10% วิทยุ -18% หนังสือพิมพ์ -19% นิตยสาร
-37% แต่สื่อที่สวนกระแสคือสื่อในห้าง (In-store) เติบโตเพิ่มขึ้น 38% สื่อในการเดินทาง
(Transit) เพิ่มขึ้น 27% สื่อโรงภาพยนตร์ เพิ่มขึ้น 25% สื่ออินเทอร์เน็ต 24% และสื่อนอกบ้าน
16%"**

**นายไตรลจน์ กล่าวเพิ่มเติมว่า "จากข้อมูลการใช้สื่อจะเห็นว่านักการตลาดเลือกใช้สื่อที่ช่วย
ให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อทันที ซึ่งรวมถึงสื่อ ณ จุดขาย (In-store) และสื่อที่ผู้บริโภคต้องรับอย่าง
หลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น สื่อ Transit สื่อโรงภาพยนตร์ และสื่อที่เติบโตอย่างต่อเนื่องใช้ได้ทุกที่อย่างสื่อ
อินเทอร์เน็ตเติบโตเพิ่มขึ้น"**

**นายรัฐกร สืบสุข อุปนายกสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย
กล่าวถึงแคตตาล็อกที่ใช้งบประมาณโฆษณาใน 6 เดือนแรกของ 2560 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาว่า
"แคตตาล็อกที่มีเปอร์เซ็นต์การใช้งบประมาณเพิ่มขึ้นของปีนี้ 5 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์
เพิ่มขึ้น 16.3% อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้านและเฟอร์นิเจอร์ เพิ่มขึ้น 11.2% ธุรกิจสื่อและการตลาด
เพิ่มขึ้น 8.1% ธุรกิจเกี่ยวกับการพักผ่อน เพิ่มขึ้น 4.4% และอุปกรณ์ทำความสะอาดบ้าน 3.6%
ตามลำดับ"**

**"ในขณะที่แคตตาล็อกที่ใช้งบประมาณสูงสุดยังคงเป็นกลุ่มธุรกิจหลัก แต่การใช้งบประมาณ
ลดลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ธุรกิจรถยนต์ ใช้งบประมาณ 4,371.3 ล้านบาท แต่เมื่อคิดเป็นเปอร์เซ็นต์
แล้วน้อยลง -3.8% เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ใช้งบประมาณ 4,164.7 ล้านบาท ลดลง -2.8%
ธุรกิจเกี่ยวกับการสื่อสาร ใช้งบประมาณ 3,023.7 ล้านบาท ลดลง -15.5% ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ
ใช้งบประมาณ 1,467.8 ล้านบาท ลดลง -20.9% การโฆษณาภาครัฐและชุมชน ใช้งบประมาณ
2,444.2 ล้านบาท ลดลง -19.4%"**

หน้า 1 จาก 2

หน้า 2

นายรัฐกร ยังได้เปิดเผยถึงการพยากรณ์งบประมาณการใช้สื่อโดยสมาคมมีเดียฯ ด้วยว่า "สมาคมมีเดียฯ คาดการณ์ว่าการใช้สื่อโดยรวมยังลดลง -11% เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2559 โดยสื่อหลักยังคงลดลง สื่อโทรทัศน์ทั้งหมดรวมดิจิทัลทีวี เคเบิลทีวีและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม -15% วิทยุ -25% หนังสือพิมพ์ -25% นิตยสาร -34% สื่อที่มีแนวโน้มการใช้สื่อมากขึ้น คือ สื่อในโรงภาพยนตร์ 5% สื่อนอกบ้าน 9% สื่อในการเดินทาง (Transit) 14% สื่อในห้าง (In-store) 29% และสื่ออินเทอร์เน็ต 24%"

สุดท้ายนายไตรลจน์ กล่าวสรุปว่าในครึ่งปีหลัง ปี 2560 ว่า "ในครึ่งปีหลังของปีนี้ก็ยังไม่ใช่ว่าที่สดใสของวงการเท่าที่ควร สื่อต่างๆ ก็ยังไม่มีการลงทุนเพิ่มเพื่อดูสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์"

สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2550 โดยเกิดจากการรวมตัวกันของบุคลากรในวงการมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อในประเทศไทย มีพันธกิจเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสื่อโฆษณา ทั้งในด้านประสิทธิภาพของสื่อและบุคลากรให้มีมาตรฐานในวิชาชีพ และมีจริยธรรมทางธุรกิจ มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการค้นคว้าวิจัยสื่อโฆษณาให้เกิดประโยชน์กับอุตสาหกรรมโฆษณาและส่วนรวม ตลอดจนมุ่งสร้างสรรค์ความร่วมมือกันในระดับนานาชาติ

#

ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

ผู้ประสานงาน

ภณ ธีญญ์ธนารัตน์

สมชาย มีหิรัญ

โทรศัพท์ : 02-684-5761, โทรศัพท์เคลื่อนที่ 095-453-9693

E-mail : bhon.thanthanarat@smvgroup.com