

ข่าวประชาสัมพันธ์

สมาคมมีเดียฯ สรุปภาพรวมการใช้สื่อในปีที่ผ่านมาชะลอตัวแต่เป็นในทิศทางที่ดีขึ้น
มั่นใจสถานการณ์ปีหน้าการใช้สื่อเติบโตขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจ
พร้อมจับมือพันธมิตรจัดสัมมนา **New Ecosystem for Success**
ผสานจุดเด่น สร้างจุดต่าง ทะยานสู่ความสำเร็จ

(27 กุมภาพันธ์ 2561) สมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย รายงานผล
งบประมาณการใช้สื่อปี 2560 และคาดการณ์การใช้สื่อปี 2561 ดีขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจ
ทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจมีความมั่นใจมากขึ้น ประกอบกับมหกรรมฟุตบอลโลกที่กำลังจะ
เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามสมาคมฯ มุ่งมั่นให้เกิดการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ
ร่วมมือกับสื่อและองค์กรชั้นนำจัดสัมมนาในหัวข้อ **"New Ecosystem for Success"** ให้
ข้อมูลกับสมาชิก นักการตลาดและผู้สนใจ

นายไตรลจน์ นวะมะรัตน์ นายกสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย
(Media Agency Association of Thailand : MAAT) เปิดเผยถึงอุตสาหกรรมสื่อในปี 2560 ที่ผ่าน
มาว่า "เป็นช่วงเวลาที่เราได้ผ่านประสบการณ์ทั้งสุขและทุกข์ร่วมกัน อุตสาหกรรมค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้น
อย่างเห็นได้ชัด แม้มูลค่าการใช้สื่อโฆษณาในปี 2560 ยังชะลอตัวถึง -4% แต่ดีขึ้นกว่าที่คาดการณ์
ไว้ เป็นผลจากสภาพเศรษฐกิจที่ขยายตัวดีขึ้นจากการส่งออกและการท่องเที่ยว และการคาดการณ์
GDP จากในปีนี้จะเติบโตเฉลี่ยถึง 4%"

นายรัฐกร สืบสุข อุปนายกสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย กล่าว
เสริมว่า "เมื่อพิจารณาถึงงบประมาณการใช้สื่อในปี 2560 แล้ว พบว่า สื่อโทรทัศน์ (ดิจิทัลทีวี เคเบิล
ทีวีและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม) ได้รับงบประมาณลดลง 7% วิทยุลดลง 16% หนังสือพิมพ์ลดลง
19% นิตยสารลดลง 33% แต่สื่อที่ส่วนกระแส คือ สื่อโรงพยาบาลยนต์ได้งบประมาณเพิ่มขึ้น 27%
สื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น 13% สื่อในการเดินทาง (Transit) เพิ่มขึ้น 10% สื่อในห้างสรรพสินค้า (In-
store) เพิ่มขึ้น 35% และ สื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 24%"

สำหรับแคตตาล็อกที่ใช้งบประมาณโฆษณาเพิ่มขึ้นในปี 2560 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่ามี
เพียง 4 อันดับเท่านั้น ได้แก่ ธุรกิจสื่อและการตลาด เพิ่มขึ้น 15% ร้านอาหารและภัตตาคาร เพิ่มขึ้น
7% ผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์ เพิ่มขึ้น 6% ธนาคาร เพิ่มขึ้น 4%

"ในขณะที่แคตตาล็อกที่ใช้งบประมาณสูงสุดยังคงเป็นกลุ่มธุรกิจหลัก แต่การใช้งบประมาณ
ลดลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ธุรกิจรถยนต์ ใช้งบประมาณ 8,032.5 ล้านบาท แต่เมื่อคิดเป็นเปอร์เซ็นต์
แล้วน้อยลง 5% เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ใช้งบประมาณ 7,457.9 ล้านบาท ลดลง 1% ธุรกิจ
เกี่ยวกับการสื่อสาร ใช้งบประมาณ 6,309.1 ล้านบาท ลดลง 7% การโฆษณาภาครัฐและชุมชน ใ้
งบประมาณ 5,210.0 ล้านบาท ลดลง 16% ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ ใช้งบประมาณ 4,708.6 ล้าน
บาท ลดลง 17%" นายรัฐกร กล่าว

นายรัฐกร ยังได้เปิดเผยถึงงบประมาณการใช้สื่อในปี 2561 โดยสมาคมมีเดียฯ ด้วยว่า
"สมาคมมีเดียฯ คาดการณ์ว่าการใช้สื่อโดยรวมจะดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยสมาคมฯ คาดการณ์ว่าสื่อ
นอกร้าน (Out-Of-Home) จะเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 10% ในขณะที่สื่อโทรทัศน์ (ดิจิทัลทีวี เคเบิลทีวี
และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม) จะเติบโต 6% และสื่อที่คาดว่าเติบโตน้อยคือสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และ
สื่อในโรงพยาบาล"

หน้า 1 จาก 2

สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

40/64 หมู่ 3 อาคารไอซีเอ็ม ชั้น 3 ซอยสยามสามัคคี (วิภาวดีรังสิต 66) ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

www.mediaagencythai.com | TEL: 616-5018

หน้า 2

สุดท้ายนายไตรลจน์ กล่าวสรุปว่า "ในปี 2561 คาดว่าจะเป็นปีที่ดีขึ้นของอุตสาหกรรมโดยรวม ถ้าไม่มีปัจจัยลบด้านอื่นๆ เข้ามา การเติบโตของอุตสาหกรรมก็จะเป็นไปตามที่วางไว้สำหรับนักการตลาดนอกจากการแผนการตลาดที่เข้าถึงและเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็น Ecosystem แล้ว การเลือกสื่อในเข้าถึงจึงเป็นเรื่องสำคัญ ในขณะที่ตัวสื่อเองก็ได้บูรณาการรูปแบบให้ interactive กับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้บริโภคได้จดจำและใช้ซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ นักการตลาดใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ สมาคมฯ จึงได้ร่วมมือกับพันธมิตรจากสื่อและมีเดียเอเยนซีในการจัดการสัมมนาในหัวข้อ New Ecosystem for Success ขึ้นภายใต้แนวคิดผสมผสานจุดเด่น สร้างจุดต่าง ทะยานสู่ความสำเร็จ ซึ่งได้รับเกียรติจากวิทยากรในวงการสื่อมาให้ข้อคิดในเรื่อง "Effectiveness Ways to gain Audience" และ เสวนาในหัวข้อ "Winning Ecosystem 2018" อนาคตของสื่อ O to O to O และ New KPI for New Success

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

#

ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

ผู้ประสานงาน

ภณ ธัญญ์ธนารัตน์

สมชาย มีศิริญ

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

E-mail : bhon.thanthanarat@smvgroup.com