

## ข่าวประชาสัมพันธ์

**สมาคมมีเดียฯ เผยสามไตรมาส เม็ดเงินโฆษณาเท่ากับปีที่แล้ว  
หากไม่มีปัจจัยอื่นกระทบ สิ้นปีเม็ดเงินตามเป้าหมาย  
ชี้เอเยนซีนักการตลาดปรับแผนรับมือทรนพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงได้ดี**

(18 กันยายน 2562) สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย เผยงบประมาณการใช้สื่อโฆษณาในไตรมาสที่ 3 เติบโตเล็กน้อย จากสื่อออนไลน์ สื่อในโรงภาพยนตร์ สื่อในการเดินทาง และสื่อนอกบ้าน

นายไตรลจน์ นวะมะรัตน์ นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย เปิดเผยถึงมูลค่าการใช้สื่อในช่วงที่ผ่านมาว่า “ในไตรมาสสอง ทางสมาคมฯ คาดการณ์ว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้น 1% แต่ล่าสุดคาดว่าจะเท่ากับปีที่แล้ว (หรือ 0%) โดยการเติบโตหลักๆ มาจากสื่อออนไลน์ สื่อในโรงภาพยนตร์ สื่อในการเดินทาง และสื่อนอกบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจโดยรวมยังชะลอตัว โดยคาดว่าสิ้นปีงบประมาณการใช้สื่อจะเป็นไปตามที่สมาคมมีเดียฯ เคยคาดการณ์ไว้คือ ใช้งบประมาณเท่ากับปีที่ผ่านมา”

นายรัฐกร สืบสุข อุปนายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย เสริมว่า “ในสามไตรมาสที่ผ่านมาสื่ออินเทอร์เน็ตเติบโตสูงสุดถึง 18% รองลงไปที่สื่อในโรงภาพยนตร์ (Cinema) เพิ่มขึ้น 11% สื่อในการเดินทาง (Transit) เพิ่มขึ้น 5% สื่อนอกบ้าน (Outdoor) เพิ่มขึ้น 1% ตามลำดับ”

สื่อในห้างสรรพสินค้า (In-store) ยังคงมีอัตราทรงตัวเท่าเดิม สื่อมีอัตราการลดลงค่อนข้างมาก คือ นิตยสาร ลดลง 25% หนังสือพิมพ์ ลดลง 20% ตามด้วยสื่อวิทยุลดลง 5% ในขณะที่สื่อหลักคือโทรทัศน์ (รวมเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม) ลดลงเล็กน้อยคือ 2%

## 2019 Advertising Expenditure Forecast- updated Q3

	2018		% change	2019 (v 2)		% change
	Bt. M.	%		Bt. M.	%	
Digital TV	66,000	57%	5%	64,680	55%	-2%
Cable & sat.	2,400	2%	-11%	2,100	2%	-13%
<b>Total TV</b>	<b>68,400</b>	<b>59%</b>	<b>4%</b>	<b>66,780</b>	<b>57%</b>	<b>-2%</b>
Radio	4,600	4%	3%	4,370	4%	-5%
Newspapers	6,100	5%	-21%	4,880	4%	-20%
Magazines	1,300	1%	-34%	975	1%	-25%
Cinema	7,100	6%	4%	7,881	7%	11%
Outdoor	6,800	6%	6%	6,868	6%	1%
Transit	5,900	5%	0%	6,195	5%	5%
In-Store	1,100	1%	16%	1,100	1%	0%
Internet*	15,348	13%	34%	18,055	15%	18%
<b>Total</b>	<b>116,648</b>	<b>100%</b>	<b>5%</b>	<b>117,104</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>

Rev-6 : 13 Sep

SOURCE: Nielsen Media Research \*Digital : '18-'19 from DAAT excluding Creative production

-ติดต่อ-

สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

อาคารสิทธิวิโรจ ชั้น 8 ถนนสีลม ซอย 3 (ซอยพิพัทธ์) แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

mediaagencythai@gmail.com | mobile : 081-668-5018 | www.mediaagencythai.com

## หน้า 2

### สมาคมมีเดียฯ เผยสามไตรมาส เม็ดเงินโฆษณาเท่ากับปีที่แล้ว

นายรัฐกร กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า “จากแนวโน้มของสามไตรมาสที่ผ่านมา สมาคมฯ คาดการณ์ว่า ในไตรมาสสุดท้าย การใช้งบสื่อโฆษณาจะไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก คาดว่างบการสื่อโฆษณาทั้งปีจะคงที่ เท่ากับปีที่ผ่านมา”

นายไตรลจน์ กล่าวเพิ่มเติมในตอนท้ายว่า การใช้งบสำหรับสื่อโฆษณาคงที่ เป็นสิ่งที่สมาคมด้านโฆษณาและการตลาดจำเป็นต้องวิเคราะห์สัดส่วนการใช้งบอย่างถี่ถ้วน เพื่อให้ทำการตลาดได้ตรงใจผู้บริโภคยิ่งขึ้น และนำไปสู่การเพิ่มยอดขาย สมาคมมีเดียฯ ได้นำเสนอข้อมูล ความเคลื่อนไหวในด้านการใช้งบสื่อโฆษณาที่สื่อดิจิทัลมีการเติบโตสวนทางกับสื่ออื่นๆ ซึ่งสอดคล้องไปกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปมาให้ทราบเป็นระยะอยู่แล้ว เอเจนซีและนักการตลาดต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการใช้งบให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิดมากขึ้น

สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2550 โดยเกิดจากการรวมตัวกันของบุคลากรในวงการมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อในประเทศไทย มีพันธกิจเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสื่อโฆษณา ทั้งในด้านประสิทธิภาพของสื่อและบุคลากรให้มีมาตรฐานในวิชาชีพ และมีจริยธรรมทางธุรกิจ มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการค้าคว่ำวิจัยสื่อโฆษณาให้เกิดประโยชน์กับอุตสาหกรรมโฆษณาและส่วนรวม ตลอดจนมุ่งสร้างสรรค์ความร่วมมือกันในระดับนานาชาติ

# # #

#### ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

ผู้ประสานงาน

ภณ ธีญญ์ธนารัตน์

สมชาย มีหิรัญ

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

E-mail : bhon.thanthanarat@starcomww.com