

โฆษณาดิจิทัลไทยเติบโตต่อเนื่อง DAAT ประกาศเม็ดเงินและหนึ่งหมื่นห้าพันล้านปลายปี 2561

เม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลในประเทศไทยเติบโตต่อเนื่อง คาดการณ์ว่าในครึ่งปีหลังของ 2561 นี้ การใช้จ่ายผ่านสื่อดิจิทัลจะมีมูลค่าสูงถึง 8,289 ล้านบาท ซึ่งจะส่งผลให้อัตราการเติบโตของปีนี้เพิ่มขึ้น 21% จากปี 2560 คิดเป็นมูลค่าการลงทุรวราว 15,000 ล้านบาท สูงสุดเป็นประวัติการณ์

สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ Digital Advertising Association (Thailand) (DAAT) ร่วมกับ กันตาร์ ทีเอ็นเอส (ประเทศไทย) บริษัทวิจัยชั้นนำ สุ่มมูลค่าเม็ดเงินลงทุนผ่านสื่อดิจิทัลเป็นประจำทุกปี พบว่านอกจากอัตราการเติบโตจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆแล้ว ตัวเลขเม็ดเงินสรุปในครึ่งปีแรกของปี 2561 ที่ผ่านมาสูงขึ้นแบบก้าวกระโดดเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2560 เป็นมูลค่า 1,100 ล้านบาท มากกว่าที่คาดการณ์ไว้เมื่อช่วงต้นปี 5%

กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ (1,722 ล้านบาท) กลุ่มการสื่อสาร (1,657 ล้านบาท) กลุ่มสกินแคร์ (1,256 ล้านบาท) กลุ่มธุรกิจธนาคาร (1,052 ล้านบาท) และกลุ่มผลิตภัณฑ์จากนม (819 ล้านบาท) เป็น 5 กลุ่มอุตสาหกรรมหลักที่ลงเงินในการโฆษณาดิจิทัลมากที่สุดในปีนี้ คิดเป็นเงินกว่า 6,500 ล้านบาท ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการใช้เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลเพิ่มเป็นมูลค่าสูงที่สุดเทียบจากปี 2560 คือ กลุ่มสกินแคร์ มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 533 ล้านบาท ตามด้วยกลุ่มการสื่อสาร ที่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 462 ล้านบาทตามลำดับ

กลุ่มอุตสาหกรรมดาวรุ่งที่มีการเติบโตขึ้นอย่างน่าจับตามอง ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มเม็ดเงินลงทุนในโฆษณาดิจิทัลเพิ่มขึ้นถึง 124% ในปีนี้จนขยับขึ้นมาติดอันดับ 1 ใน 10 กลุ่มอุตสาหกรรมที่ลงเงินในการโฆษณาดิจิทัลมากที่สุดในปีนี้จากลำดับที่ 14 ในปีที่แล้ว และกลุ่มสกินแคร์ที่เติบโตเพิ่มขึ้นถึง 74% ทำให้กลุ่มสกินแคร์กลายเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ลงเงินในการโฆษณาดิจิทัลมากที่สุดในอันดับที่ 3 ในปีนี้ แซงหน้ากลุ่มธุรกิจธนาคารที่รั้งอันดับที่ 3 ในปีที่แล้ว

คุณศิริวัตร เขาวรีย์วงษ์ นายกสมสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) ได้ให้ความเห็นว่าการเติบโตแบบก้าวกระโดดของกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มสกินแคร์ไม่ใช่เรื่องที่น่าประหลาดใจ เนื่องจากทั้งสองกลุ่มอุตสาหกรรมเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการหลากหลาย (Fragmented consumers) การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลที่โดดเด่นด้านความสามารถในการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม (Targeted communications) จึงเป็นทางเลือกที่ทรงประสิทธิภาพ และคุ้มค่าสำหรับนักการตลาดในอุตสาหกรรมนี้

แพลตฟอร์มระดับโลกอย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (YouTube) ยังคงเป็นแพลตฟอร์มหลักที่แบรนด์ต่างๆ เลือกใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภค คิดเป็นสัดส่วนเงินลงทุนประมาณร้อยละ 50 ของเงินลงทุนในโฆษณาทั้งหมด และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทวิตเตอร์ โลงน และอินสตาแกรมเป็นแพลตฟอร์มที่มีการเพิ่มขึ้นของการลงทุนโฆษณาดิจิทัลมากที่สุดที่ 275% 83% และ 77% ตามลำดับ ถึงแม้ว่าเม็ดเงินลงทุนในทั้งสองแพลตฟอร์มนั้นยังคงคิดเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณเงินลงทุนทั้งหมดของแบรนด์ในการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล

ดร.อาภาภัทร บุญรอด ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กันตาร์ อินไซต์ ประเทศไทย กล่าวว่า กันตาร์ ทีเอ็นเอส (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือกันตาร์กรุ๊ป กล่าวว่า นักการตลาดในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสื่อดิจิทัลเพื่อโฆษณามากขึ้นทุกปี ในปี 2561 นี้เราจะได้เห็นความพยายามของนักการตลาดที่จะนำการตลาดแบบขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven Marketing) มาผสมผสานกับการทำการตลาดแบบเน้นเนื้อหา (Content Marketing) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแบรนด์ในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ถูกกลุ่ม ถูกช่องทาง ถูกเวลา และสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคด้วยเนื้อหาที่ผู้บริโภคอยากฟัง (Right group, right channel, right time และ right content)

นางสาวอาศิรา พัฒนวิรุงกุล นักวิจัยปฏิบัติการอาวุโส บริษัท กันตาร์ ทีเอ็นเอส (ประเทศไทย) หัวหน้าโครงการสำรวจมูลค่างบโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล กล่าวว่าปัจจุบันคนไทยมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย 70% ของคนไทยใช้ Social Network ทุกวันโดยเฉลี่ย 4.2 แพลตฟอร์มต่อสัปดาห์ นอกจากนี้ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (e-commerce ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางออนไลน์ที่มีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้นในประเทศไทย การศึกษาคอนเนคเต็ดไลฟ์ (KANTAR TNS Connected Life - <http://connectedlife.tnsglobal.com/>) พบว่ากว่า 6% ของคนไทยเป็นผู้ใช้อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce users) และอีก 60% เป็นผู้ที่มีความสนใจจะหันมาใช้อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce prospects) เทรนด์ของผู้บริโภคนี้อาจสอดคล้องกับความตื่นตัวของนักการตลาดไทย เห็นได้จากผลการสำรวจในครั้งนี้ที่พบว่าแบรนด์ได้หันมาใช้จ่ายในการโฆษณาดิจิทัลเพื่อจุดประสงค์ในด้านอีคอมเมิร์ซ และการเพิ่มยอดขายทางช่องทางออนไลน์รวมกันถึง 19% เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ถึง 7%

รายงานมูลค่างบโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลเป็นรายงานที่ บริษัท กันตาร์ ทีเอ็นเอส (ประเทศไทย) และ สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) ร่วมกันทำอย่างต่อเนื่องทุกปี ปีละ 2 ครั้ง รายงานมูลค่างบโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล ฉบับกลางปี 2561 นี้ ทำการสำรวจผ่านดิจิทัลเอเยนซีชั้นนำของเมืองไทยทั้ง 20 แห่ง จะเปิดเผยข้อมูลการใช้งบประมาณกับสื่อดิจิทัลของสินค้าและบริการต่างๆ ในหลากหลายมิติต่าง ทั้งมิติของประเภทอุตสาหกรรม มิติของประเภทสื่อดิจิทัล และได้รวบรวมมุมมองจากผู้เชี่ยวชาญสื่อดิจิทัลระดับประเทศ และทิศทางของสื่อดิจิทัลในอนาคต ซึ่งทั้งหมดนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาด นักโฆษณา และผู้ที่สนใจในสื่อดิจิทัล

ผู้สนใจรายงานฉบับเต็มพร้อมด้วยข้อมูลเพิ่มเติมสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ตั้งแต่วันที่ 4 กันยายน 2560 เป็นต้นไป ที่ www.tnsglobal.com/thailand-digital-ad-spend-report

เกี่ยวกับสมาคมฯ

สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ Digital Advertising Association (Thailand) (DAAT) ก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการในเดือนตุลาคม 2555 โดยมีวัตถุประสงค์หลักของสมาคมคือ เพื่อเผยแพร่คุณค่าของงานโฆษณาดิจิทัล, เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขยายความต้องการของงานโฆษณาดิจิทัล, และสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก รวมทั้งเพิ่มพูนมาตรฐานข้อกำหนดต่างๆ ในวิชาชีพของการโฆษณาดิจิทัล ปัจจุบันมีสมาชิกของสมาคมฯ รวม 56 บริษัท สำนักงานใหญ่ของสมาคมตั้งอยู่ ณ เลขที่ 2 อาคารเพลินิจิตเซ็นเตอร์ ชั้นG ถ.สุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 และเว็บไซต์ของสมาคม www.daat.in.th

เกี่ยวกับกัณฑ์การ ที่เอ็นเอส (ไทยแลนด์)

กัณฑ์การ ที่เอ็นเอส (ไทยแลนด์) เป็นหนึ่งในบริษัทวิจัยชั้นนำระดับโลก ด้วยเครือข่ายสำนักงานในกว่า 80 ประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในงานวิจัยทางการตลาดเพื่อให้คำปรึกษาเรื่องกลยุทธ์การเติบโตทางธุรกิจที่หลากหลายด้าน อาทิ การขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดใหม่ การพัฒนานวัตกรรมสินค้า แบนด์และการสื่อสารการตลาด การพัฒนาความสัมพันธ์ลูกค้าและพนักงานในองค์กร ด้วยความเชี่ยวชาญของทีมวิจัยและโซลูชันด้านการวิจัยที่ได้รับการยอมรับทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อช่วยให้ลูกค้าได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วนประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ ที่เอ็นเอส เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มบริษัทกัณฑ์การ ประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มให้คำปรึกษา ข้อมูล และการวิเคราะห์เจาะลึกในเครือ WPP อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ KTNS ได้ที่ www.tnsglobal.com