

การใช้งบโฆษณาในไทย เดือน ส.ค. 2562

- การใช้งบโฆษณา เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 8,841 Mn THB ขยายตัว 1.1% YoY แต่หดตัว 3.3% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 68,470 Mn THB หดตัว 1.7% YoY
- การใช้งบโฆษณา เดือน ส.ค. 62 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สื่อวิทยุ สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง สื่อเคลื่อนที่ และสื่ออินเทอร์เน็ต ขยายตัว แต่ สื่อโทรทัศน์ สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสาร หดตัว ขณะที่ สื่อในห้างสรรพสินค้า ทรงตัว หากเทียบกับเดือนก่อน สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อเคลื่อนที่ ขยายตัว แต่ สื่อโทรทัศน์ สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง สื่อในห้างสรรพสินค้า และสื่ออินเทอร์เน็ต หดตัว ขณะที่ สื่อนิตยสาร ทรงตัว หากพิจารณา 8M/62 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง สื่อเคลื่อนที่ และสื่อในห้างสรรพสินค้า ขยายตัว แต่ สื่อโทรทัศน์ สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสาร หดตัว

การประเมินอันดับค่า อิงค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าสูงสุด (ปี 2552-62)

	All Periods			Same Periods			Latest
	Month	Quarter	Year	YTD	Quarter	Month	
Advertising Expenditure	3	3	3	2	3	2	Aug-19
Television	3	3	3	3	3	3	Aug-19
Cable/Satellite ¹	3	2	5	4	1	2	Aug-19
Radio	3	1	1	4	1	1	Aug-19
Newspapers	1	1	1	1	1	1	Aug-19
Magazines	1	1	1	1	1	1	Aug-19
Cinema	4	4	5	5	4	4	Aug-19
Outdoor	5	5	5	5	5	5	Aug-19
Transit	5	5	5	5	5	5	Aug-19
In Store	3	3	2	2	2	2	Aug-19
Internet ²	1	-	-	-	-	-	Aug-19

¹การประเมินอันดับค่า อิงค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าสูงสุด (ปี 2560-62)

หมายเหตุ: 5 สูง 4 ค่อนข้างสูง 3 ปานกลาง 2 ค่อนข้างต่ำ 1 ต่ำ

อัตราการเปลี่ยนแปลงรายปี (ปี 2552-61)

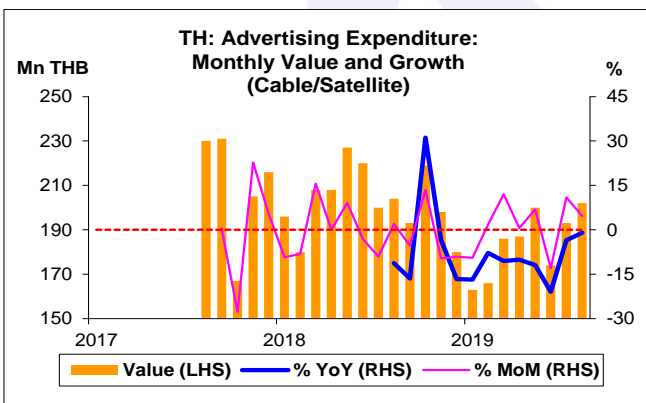
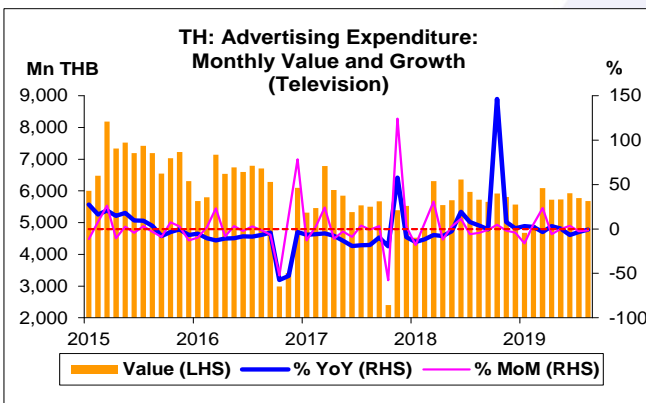
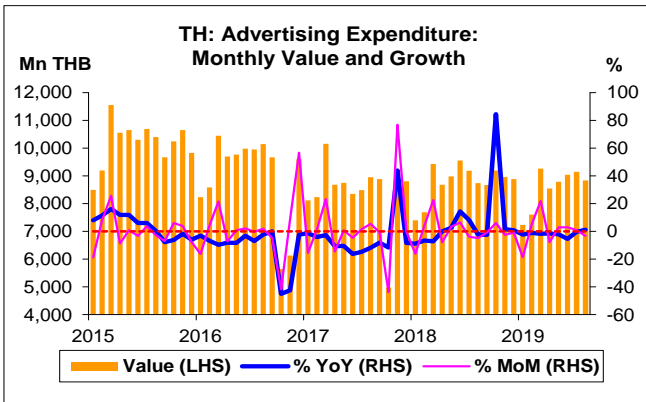
%	Average YoY Growth	CAGR
Advertising Expenditure	1.8	1.6
Television	3.3	2.9
Cable/Satellite ¹	131.9	131.9
Radio	-3.3	-3.6
Newspapers	-8.2	-8.8
Magazines	-13.1	-14.3
Cinema	7.0	5.7
Outdoor	5.6	4.9
Transit	16.3	16.0
In Store	11.3	2.8
Internet ²	-	-

¹ข้อมูลปี 2560-61

ที่มา: สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ: 1. CAGR คือ Compound Annual Growth Rate

2. การใช้งบโฆษณาสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เริ่มมีข้อมูลตั้งแต่เดือน พ.ค. 62



การใช้งบประมาณ

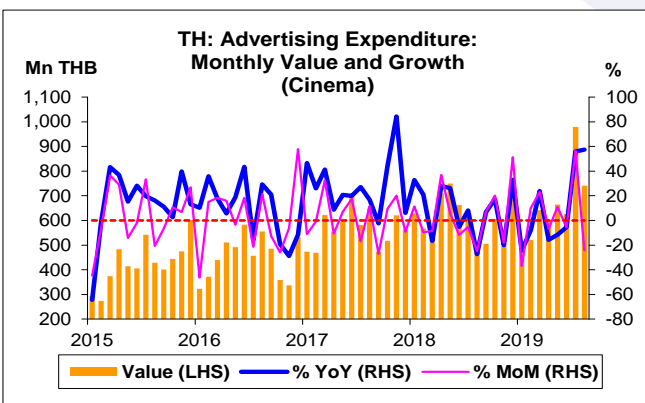
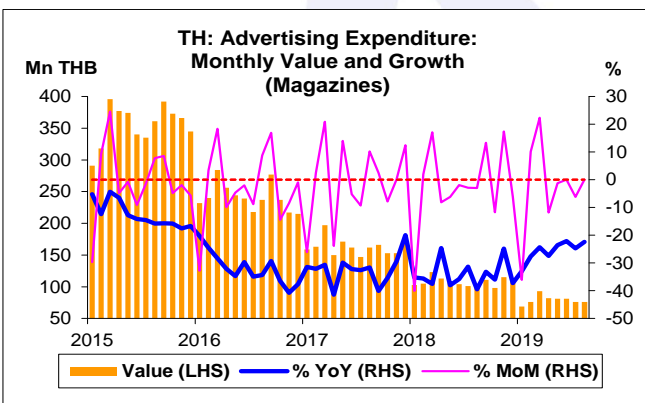
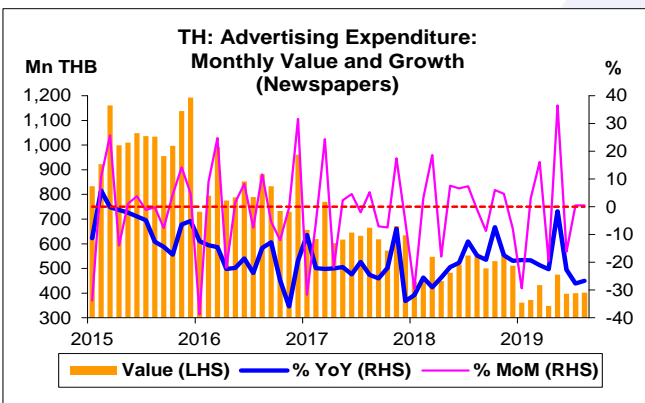
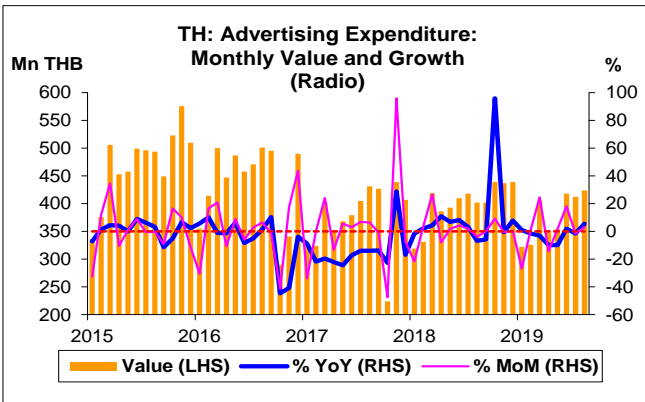
- การใช้งบประมาณ เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 8,841 Mn THB ขยายตัว 1.1% YoY ขยายตัวเป็นครั้งแรก หลังจากหดตัวติดต่อกัน 7 เดือน แต่หดตัว 3.3% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 68,470 Mn THB หดตัว 1.7% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 71,702 Mn THB อยู่ 4.5%
- การใช้งบประมาณ แบ่งตามประเภทสื่อ ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ (Television) สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม (Cable/Satellite) สื่อวิทยุ (Radio) สื่อหนังสือพิมพ์ (Newspapers) สื่อนิตยสาร (Magazines) สื่อโรงภาพยนตร์ (Cinema) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor) สื่อเคลื่อนที่ (Transit) สื่อในห้างสรรพสินค้า (In Store) และสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) โดยเดือน ส.ค. 62 คิดเป็น 64.3% 2.3% 4.8% 4.5% 0.9% 8.4% 6.5% 6.2% 1.0% และ 1.1% ของการใช้งบประมาณทั้งหมด ตามลำดับ หากพิจารณา 8M/62 คิดเป็น 65.0% 2.1% 4.4% 4.7% 0.9% 7.7% 6.6% 6.1% 1.0% และ 0.8% ของการใช้งบประมาณทั้งหมด ตามลำดับ

สื่อโทรทัศน์

- สื่อโทรทัศน์ เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 5,684 Mn THB หดตัวเพียง 0.6% YoY และ 1.6% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 44,525 Mn THB หดตัว 1.0% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 45,821 Mn THB อยู่ 2.8%

สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม

- สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 202 Mn THB หดตัว 1.0% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 10 แต่ขยายตัว 4.7% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 1,471 Mn THB หดตัว 10.5% YoY



สื่อวิทยุ

- สื่อวิทยุ เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 424 Mn THB ขยายตัว 5.5% YoY และ 2.9% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 3,010 Mn THB หดตัว 2.2% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 3,675 Mn THB อยู่ 18.1%

สื่อหนังสือพิมพ์

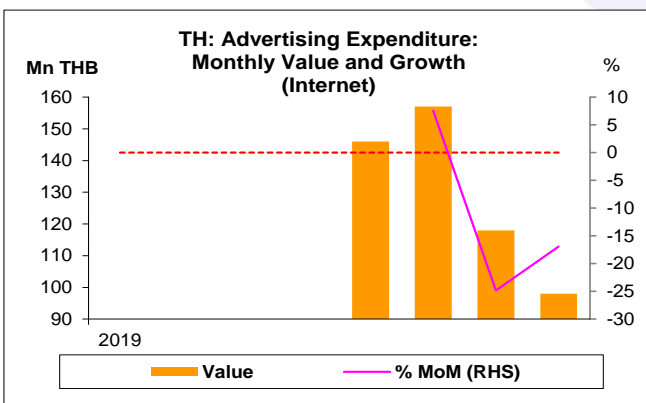
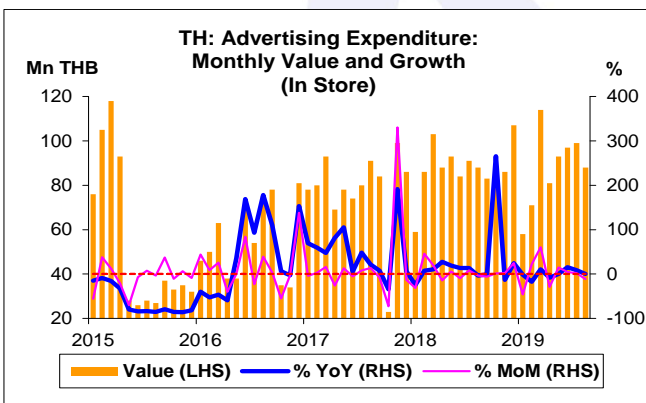
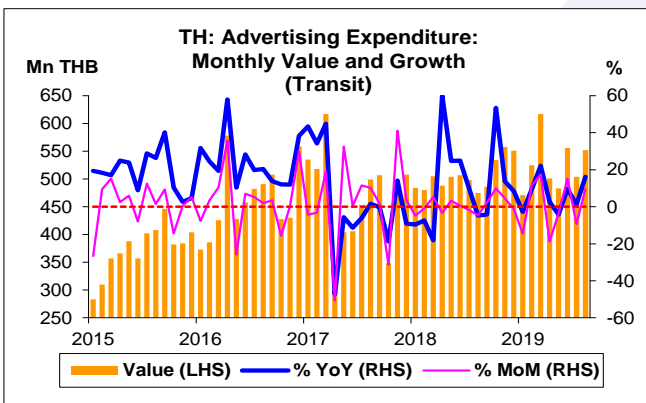
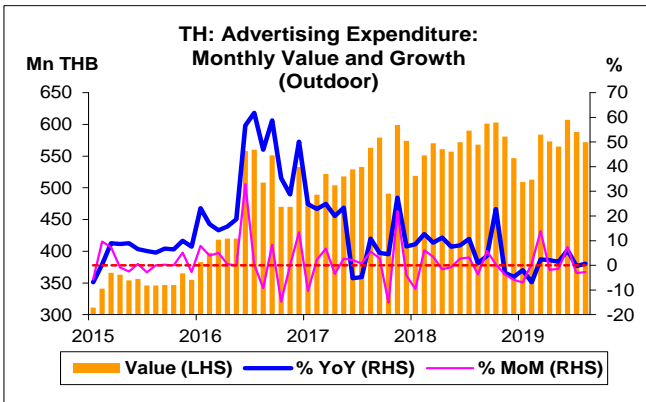
- สื่อหนังสือพิมพ์ เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 402 Mn THB หดตัวถึง 26.6% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 54 แต่ขยายตัวเพียง 0.5% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 3,188 Mn THB หดตัวถึง 20.4% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 7,972 Mn THB อยู่ถึง 60.0% และต่ำสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61

สื่อนิตยสาร

- สื่อนิตยสาร เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 76 Mn THB หดตัวถึง 22.4% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 56 แต่ทรงตัว MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 634 Mn THB หดตัวถึง 25.7% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 2,804 Mn THB อยู่ถึง 77.4% และต่ำสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61

สื่อโรงภาพยนตร์

- สื่อโรงภาพยนตร์ เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 741 Mn THB ขยายตัวถึง 57.3% YoY แต่หดตัวถึง 24.3% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 5,246 Mn THB ขยายตัว 6.3% YoY ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 4,028 Mn THB อยู่ถึง 30.2% และสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61



สื่อกลางแจ้ง

- สื่อกลางแจ้ง เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 572 Mn THB ขยายตัวเพียง 0.7% YoY แต่หดตัว 2.7% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 4,511 Mn THB ขยายตัวเพียง 0.5% YoY ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 3,156 Mn THB อยู่ถึง 42.9% และสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61

สื่อเคลื่อนที่

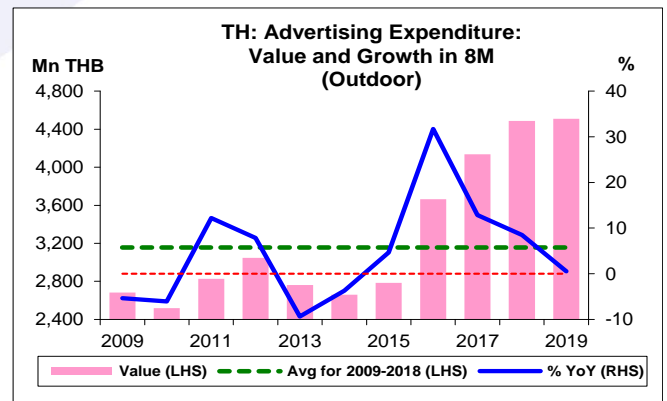
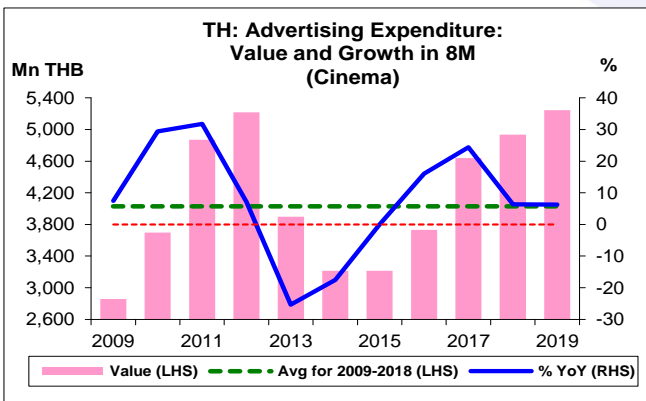
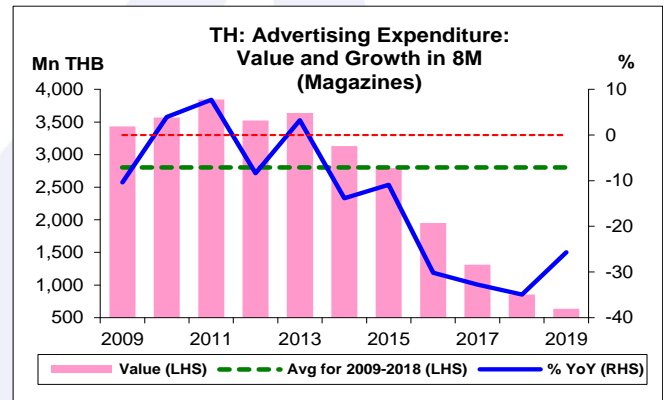
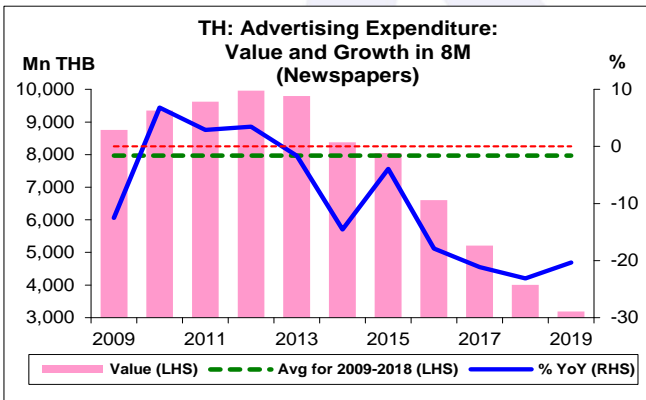
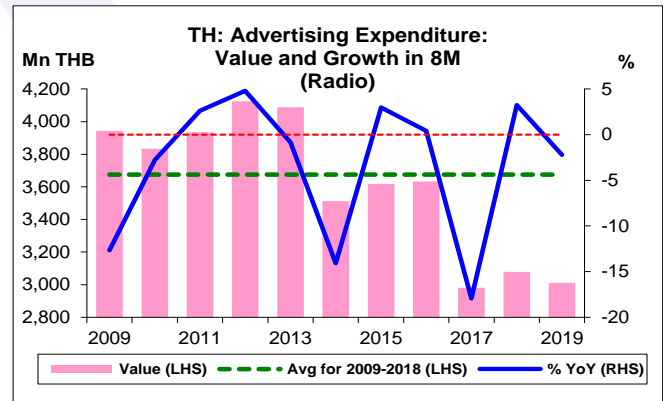
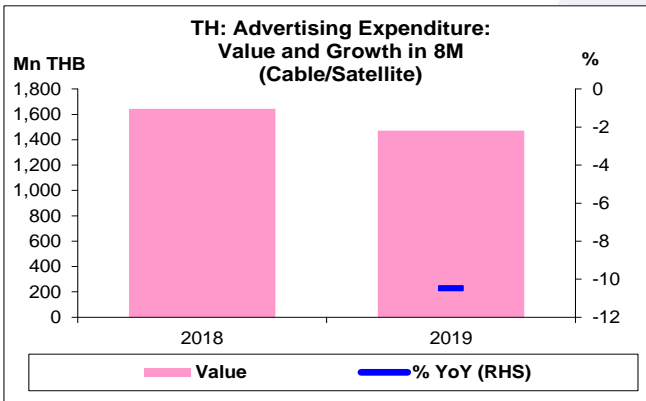
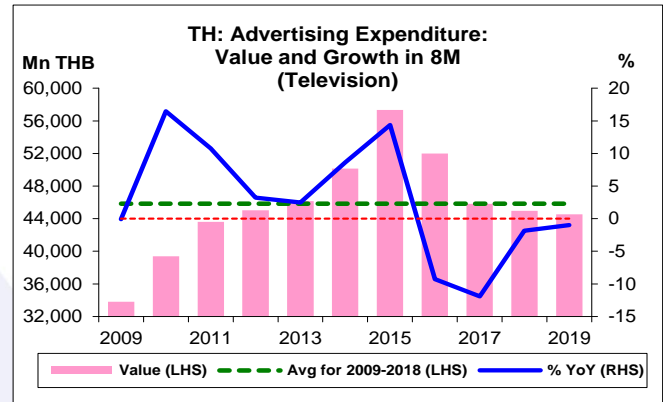
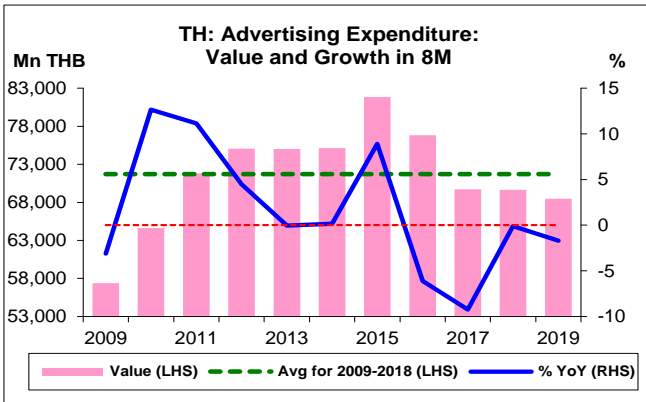
- สื่อเคลื่อนที่ เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 552 Mn THB ขยายตัว 16.2% YoY และ 9.5% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 4,209 Mn THB ขยายตัว 6.8% YoY ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 2,503 Mn THB อยู่ถึง 68.2% และสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61

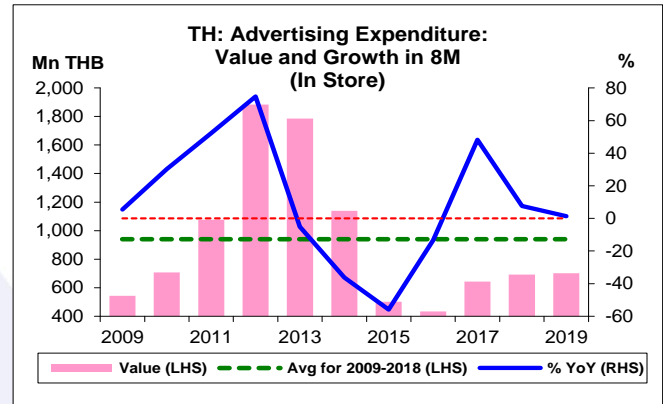
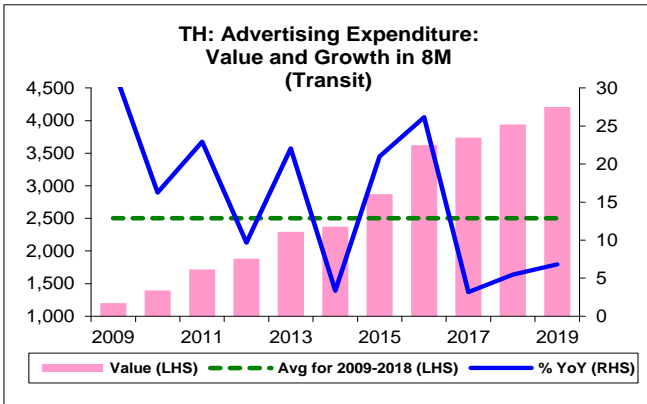
สื่อในห้างสรรพสินค้า

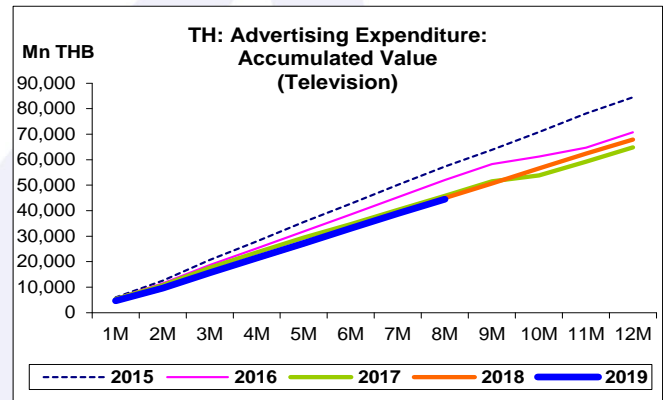
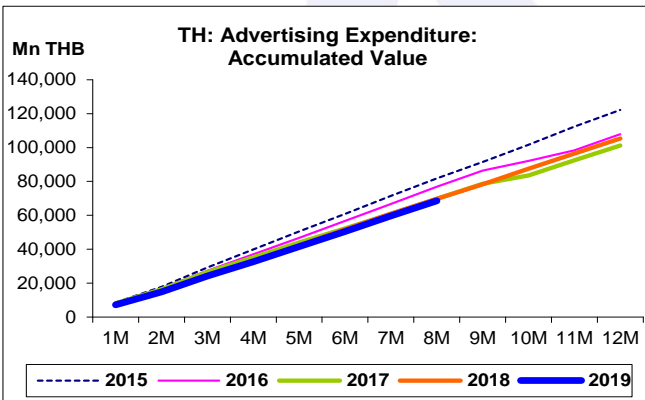
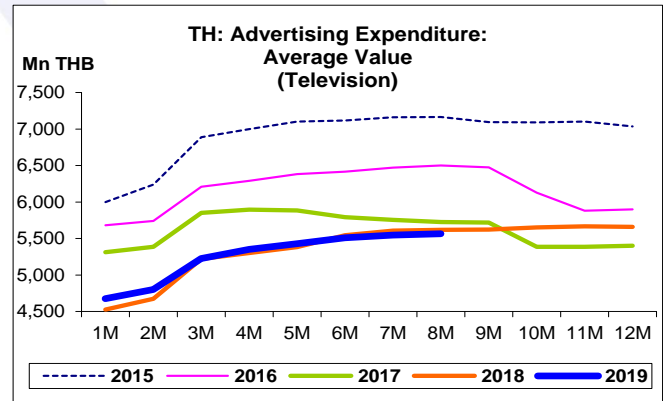
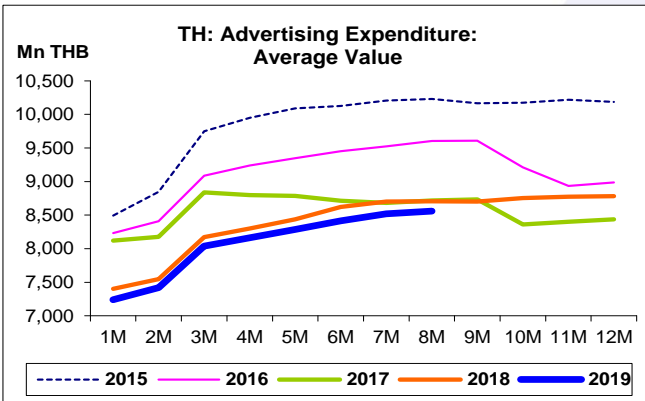
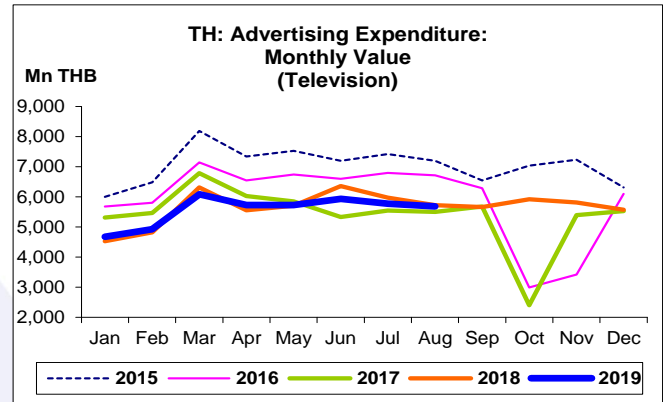
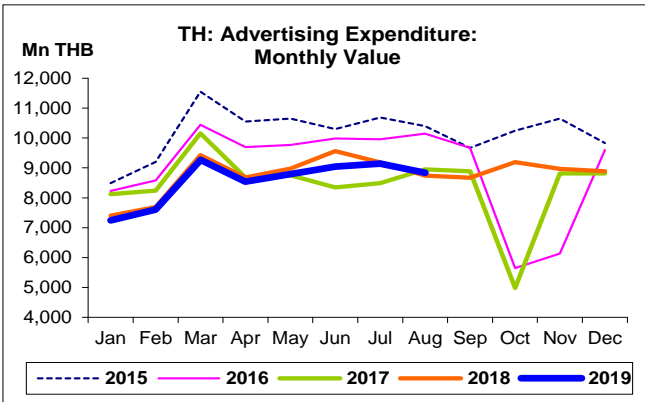
- สื่อในห้างสรรพสินค้า เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 88 Mn THB ทงตัว YoY แต่หดตัว 11.1% MoM หากพิจารณา 8M/62 มูลค่า 701 Mn THB ขยายตัว 1.3% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 940 Mn THB อยู่ถึง 25.5% แต่สูงกว่าช่วงเดียวกันของปี 58 อยู่ 8.8% CAGR

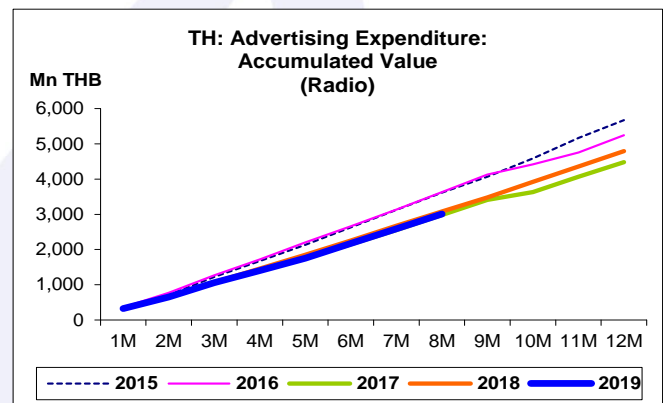
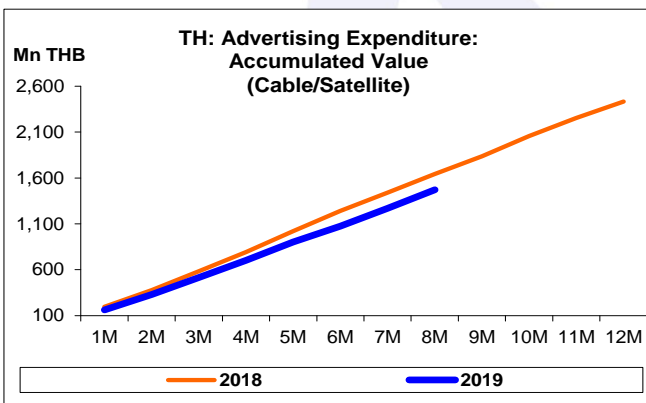
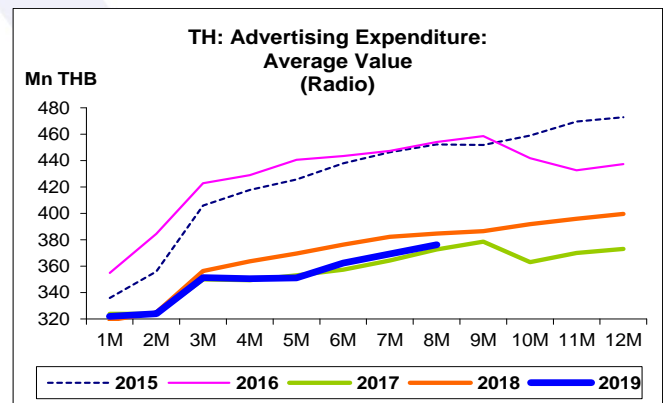
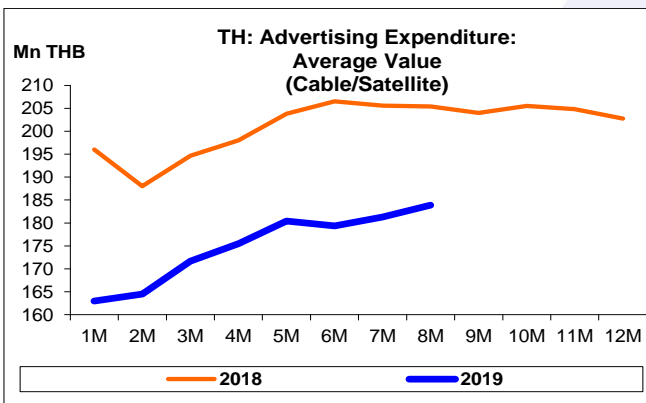
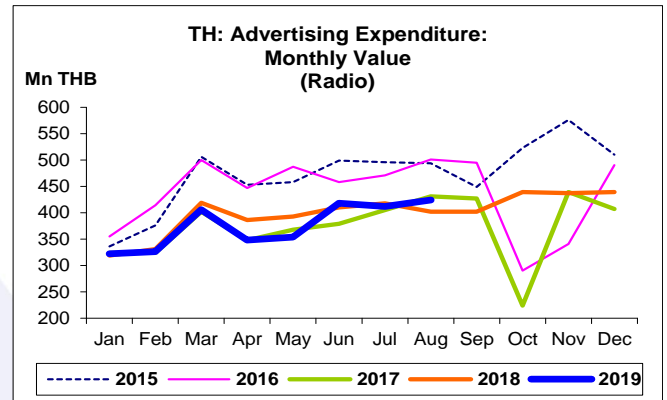
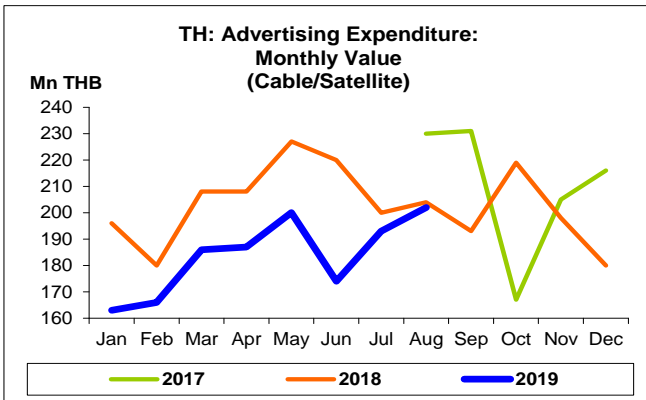
สื่ออินเทอร์เน็ต

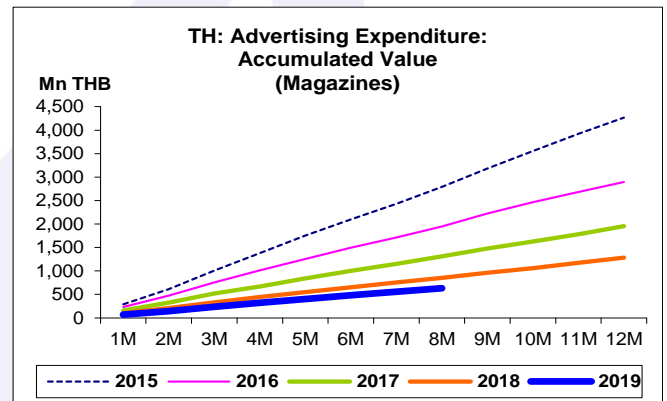
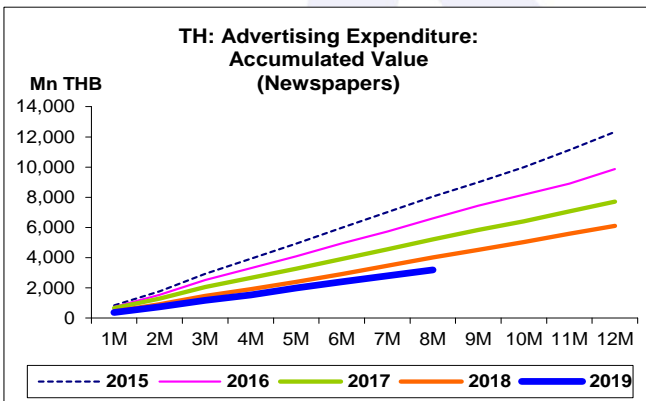
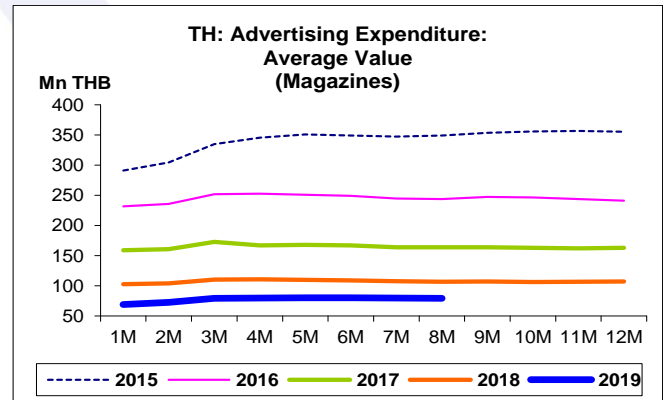
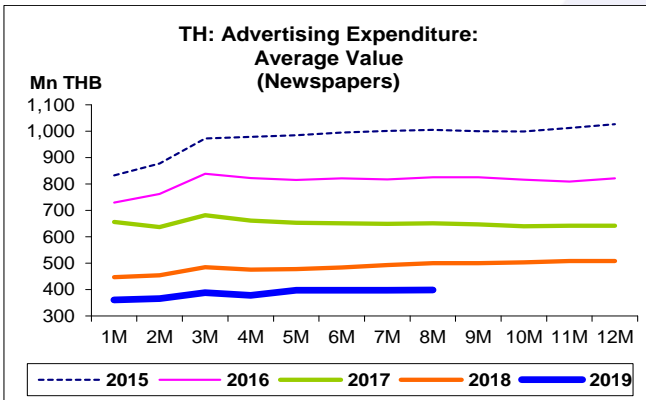
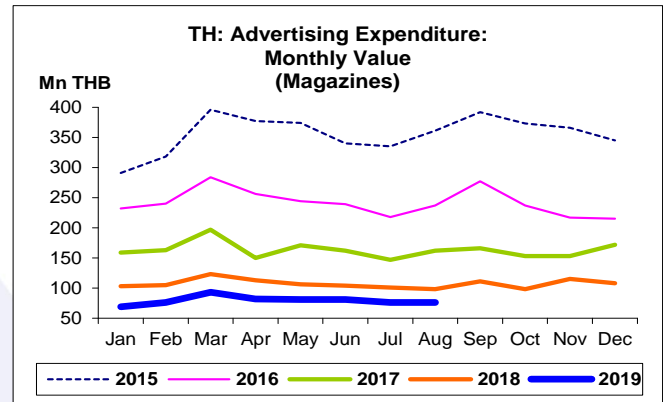
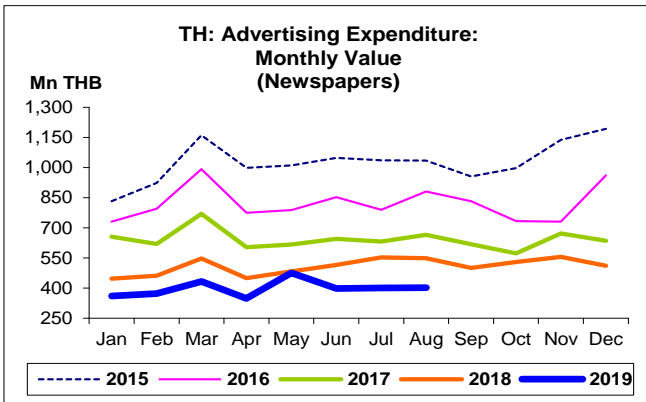
- สื่ออินเทอร์เน็ต เดือน ส.ค. 62 มูลค่า 98 Mn THB หดตัว 11.1% MoM

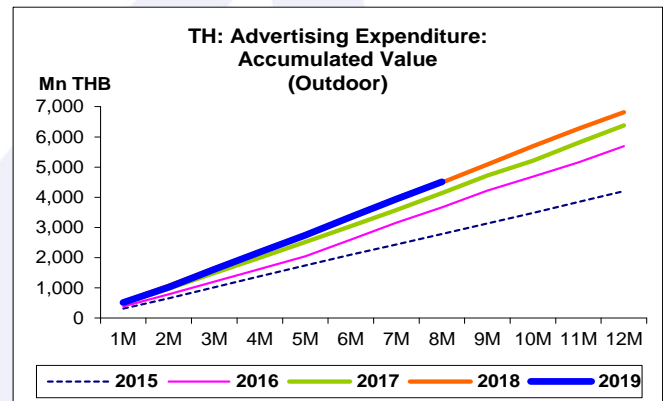
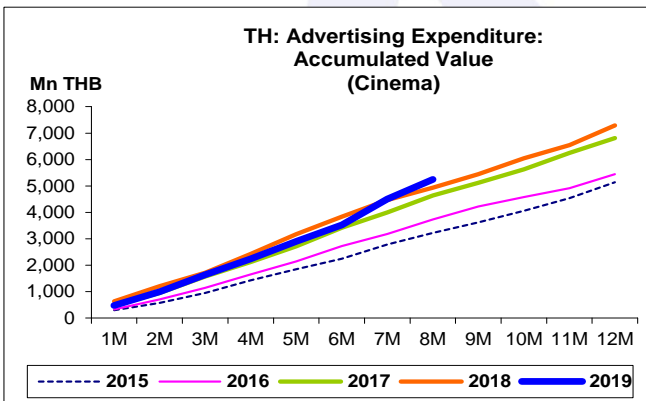
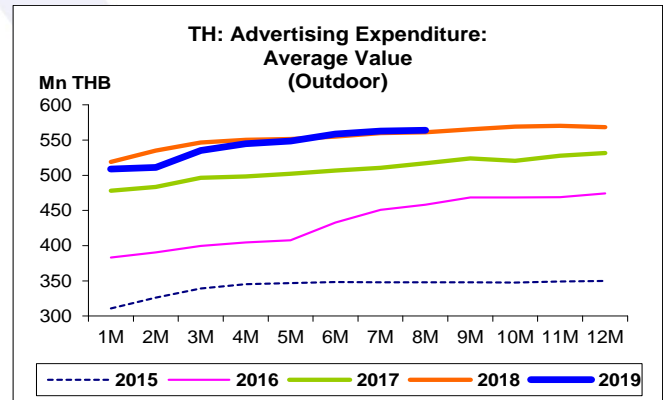
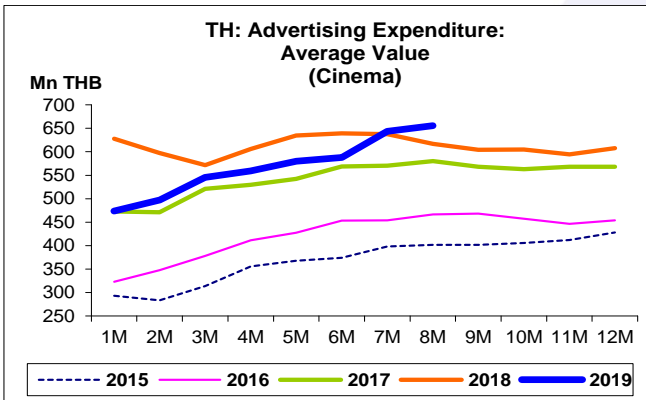
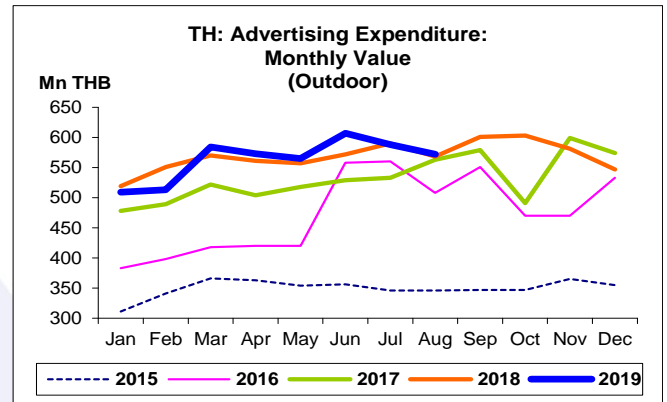
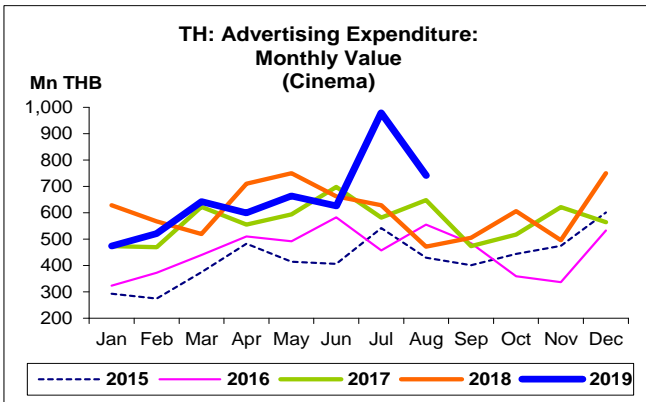


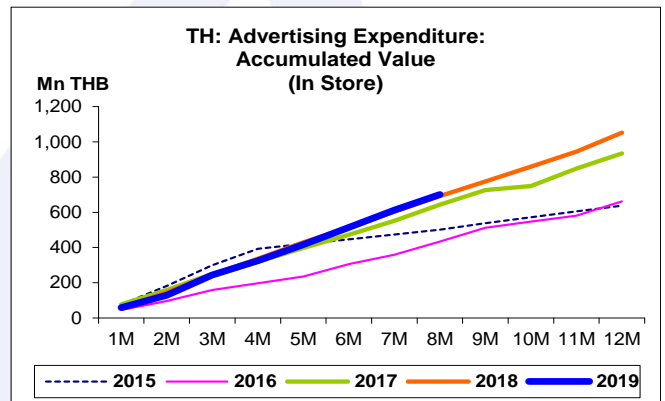
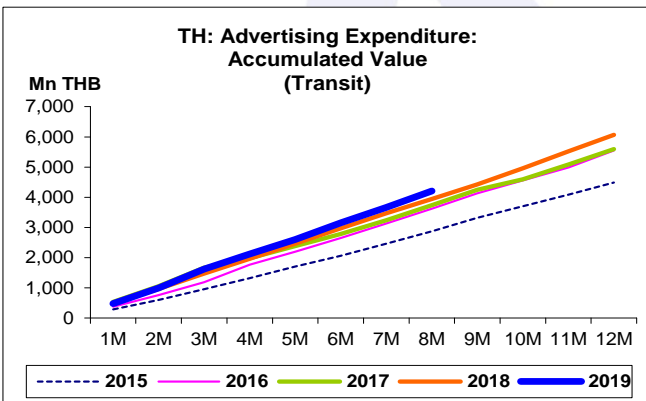
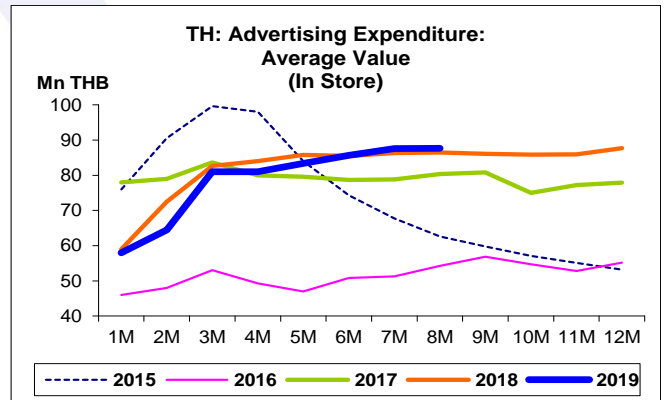
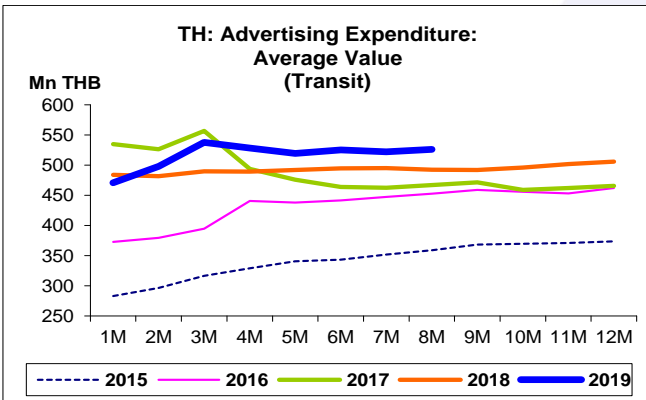
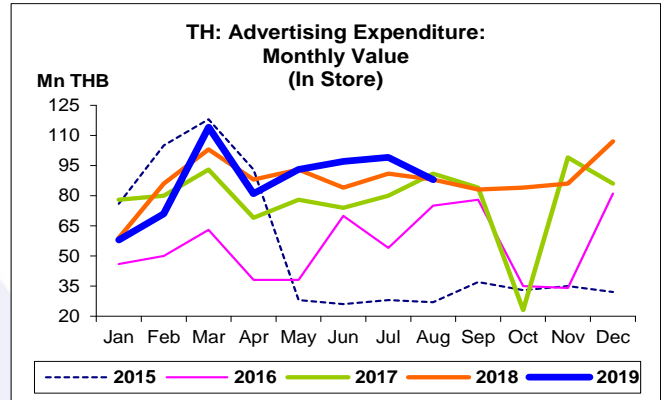
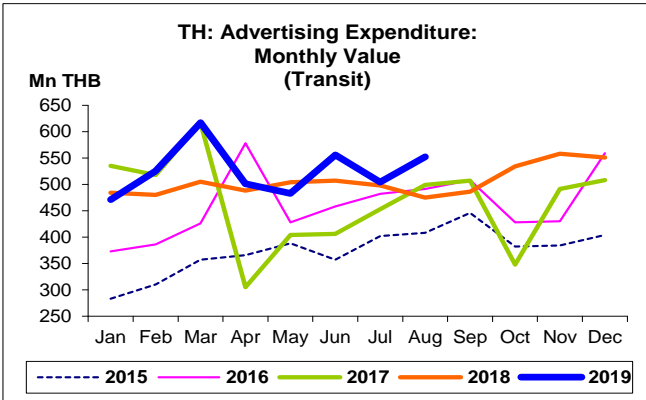


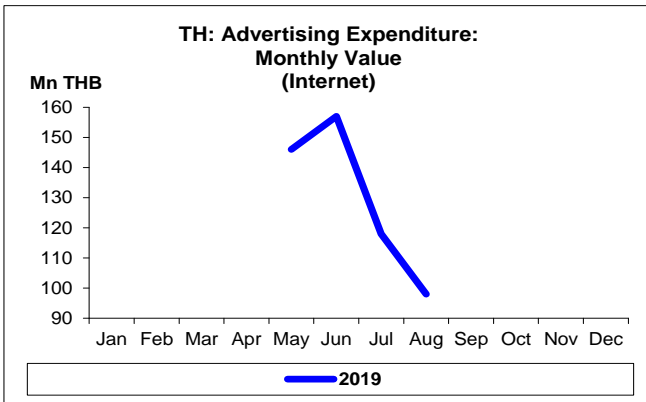












การใช้งบโฆษณา:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Advertising Expenditure							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	8,841	-23.5	77.4	11,551	มี.ค. 58	4,984	ต.ค. 60
Q2/62	26,376	-18.1	28.3	32,199	Q4/57	20,560	Q1/52
2561	105,379	-13.8	16.6	122,225	2558	90,343	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	8,841	-15.0	13.1	10,396	ส.ค. 58	7,820	ส.ค. 52
8M/62	68,470	-16.3	19.4	81,830	8M/58	57,362	8M/52
Q2/62	26,376	-16.3	22.8	31,501	Q2/58	21,479	Q2/52
Television							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	5,684	-30.5	136.5	8,184	มี.ค. 58	2,403	ต.ค. 60
Q2/62	17,383	-21.2	42.2	22,051	Q2/58	12,224	Q1/52
2561	67,922	-19.6	28.3	84,444	2558	52,934	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	5,684	-21.0	26.4	7,195	ส.ค. 58	4,498	ส.ค. 52
8M/62	44,525	-22.3	31.7	57,330	8M/58	33,810	8M/52
Q2/62	17,383	-21.2	37.3	22,051	Q2/58	12,661	Q2/52
Cable/Satellite							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	202	-12.6	23.9	231	ก.ย. 60	163	ม.ค. 62
Q2/62	561	-14.4	8.9	655	Q2/61	515	Q1/62
2561	2,433	-	131.9	2,433	2561	1,049	2560
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	202	-12.2	-	230	ส.ค. 60	202	ส.ค. 62
8M/62	1,471	-10.5	539.6	1,643	8M/61	230	8M/60
Q2/62	561	-14.4	-	655	Q2/61	561	Q2/62
Radio							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	424	-28.5	89.3	593	พ.ย. 53	224	ต.ค. 60
Q2/62	1,120	-35.0	6.7	1,723	Q4/53	1,050	Q1/60
2561	4,795	-24.6	7.1	6,358	2555	4,478	2560
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	424	-25.1	5.5	566	ส.ค. 52	402	ส.ค. 61
8M/62	3,010	-27.0	1.0	4,124	8M/55	2,981	8M/60
Q2/62	1,120	-30.1	2.3	1,603	Q2/56	1,095	Q2/60

การใช้งบโฆษณา:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Newspapers							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	402	-73.6	15.5	1,524	พ.ย. 53	348	เม.ย. 62
Q2/62	1,221	-71.9	4.8	4,338	Q4/53	1,165	Q1/62
2561	6,099	-60.0	-	15,260	2556	6,099	2561
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	402	-70.5	-	1,365	ส.ค. 56	402	ส.ค. 62
8M/62	3,188	-68.0	-	9,960	8M/55	3,188	8M/62
Q2/62	1,221	-67.4	-	3,751	Q2/55	1,221	Q2/62
Magazines							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	76	-86.2	10.1	551	ก.ย. 54	69	ม.ค. 62
Q2/62	244	-84.9	2.5	1,616	Q4/53	238	Q1/62
2561	1,285	-77.9	-	5,822	2554	1,285	2561
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	76	-85.6	-	528	ส.ค. 54	76	ส.ค. 62
8M/62	634	-83.5	-	3,843	8M/54	634	8M/62
Q2/62	244	-83.7	-	1,496	Q2/54	244	Q2/62
Cinema							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	741	-24.3	183.9	979	ก.ค. 62	261	มี.ค. 57
Q2/62	1,889	-13.0	100.7	2,171	Q4/55	941	Q1/58
2561	7,292	-7.8	50.2	7,906	2555	4,855	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	741	-17.3	100.8	896	ส.ค. 54	369	ส.ค. 57
8M/62	5,246	-	83.6	5,246	8M/62	2,857	8M/52
Q2/62	1,889	-11.0	83.6	2,122	Q2/61	1,029	Q2/57
Outdoor							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	572	-5.8	85.1	607	มี.ย. 62	309	ก.พ. 53
Q2/62	1,745	-0.8	85.2	1,759	Q3/61	942	Q1/53
2561	6,820	-	77.2	6,820	2561	3,849	2553
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	572	-	78.8	572	ส.ค. 62	320	ส.ค. 53
8M/62	4,511	-	79.2	4,511	8M/62	2,518	8M/53
Q2/62	1,745	-	85.2	1,745	Q2/62	942	Q2/53

การใช้งบโฆษณา:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Transit							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	552	-10.5	324.6	617	มี.ค. 60	130	ก.พ. 52
Q2/62	1,540	-7.8	261.5	1,670	Q1/60	426	Q4/52
2561	6,070	-	243.9	6,070	2561	1,765	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	552	-	224.7	552	ส.ค. 62	170	ส.ค. 53
8M/62	4,209	-	250.8	4,209	8M/62	1,200	8M/52
Q2/62	1,540	-	241.5	1,540	Q2/62	451	Q2/52
In Store							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	88	-73.7	282.6	334	ส.ค. 55	23	ต.ค. 60
Q2/62	271	-69.3	194.6	883	Q3/55	92	Q3/58
2561	1,052	-61.5	64.9	2,733	2560	638	2558
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	88	-73.7	225.9	334	ส.ค. 55	27	ส.ค. 58
8M/62	701	-62.8	61.5	1,883	8M/55	434	8M/59
Q2/62	271	-67.4	85.6	831	Q2/55	146	Q2/59
Internet							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ส.ค. 62	98	-37.6	-	157	มี.ย. 62	98	ส.ค. 62
Q2/62	-	-	-	-	-	-	-
2561	-	-	-	-	-	-	-
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ส.ค. 62	98	-	-	98	ส.ค. 62	98	ส.ค. 62
8M/62	-	-	-	-	-	-	-
Q2/62	-	-	-	-	-	-	-