

การใช้งบโฆษณาในไทย เดือน ธ.ค. 2562

- การใช้งบโฆษณา เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 9,171 Mn THB ขยายตัว 2.8% YoY แต่หดตัว 4.1% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 105,361 Mn THB หดตัวเพียง 0.2% YoY
- การใช้งบโฆษณา เดือน ธ.ค. 62 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และสื่อในห้างสรรพสินค้า หดตัว แต่ สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง และสื่อเคลื่อนที่ ขยายตัว หากเทียบกับเดือนก่อน สื่อโทรทัศน์ สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม สื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร สื่อกลางแจ้ง และสื่อในห้างสรรพสินค้า หดตัว แต่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อเคลื่อนที่ และสื่ออินเทอร์เน็ต ขยายตัว หากพิจารณา ปี 62 เมื่อเทียบกับปีก่อน สื่อโทรทัศน์ สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง และสื่อเคลื่อนที่ ขยายตัว แต่ สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และสื่อในห้างสรรพสินค้า หดตัว

การประเมินอันดับค่า อิงค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าสูงสุด (ปี 2552-62)

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

¹การประเมินอันดับค่า อิงค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าสูงสุด (ปี 2560-62)

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

อัตราการเปลี่ยนแปลงรายปี (ปี 2552-62)

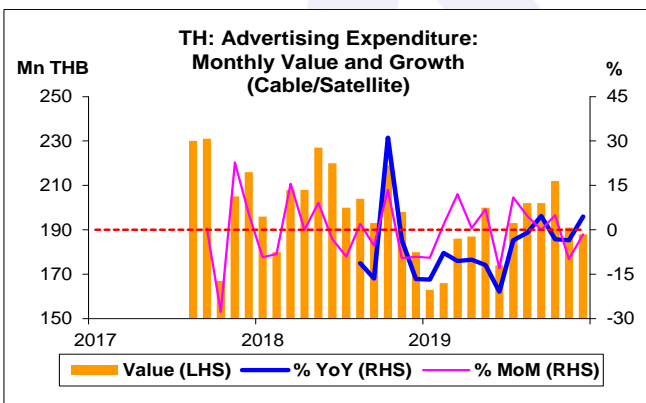
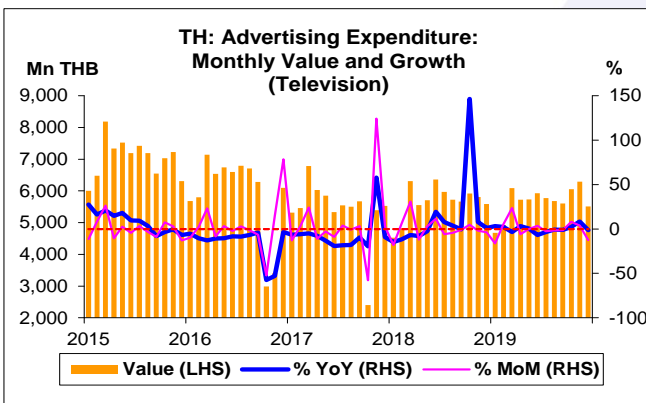
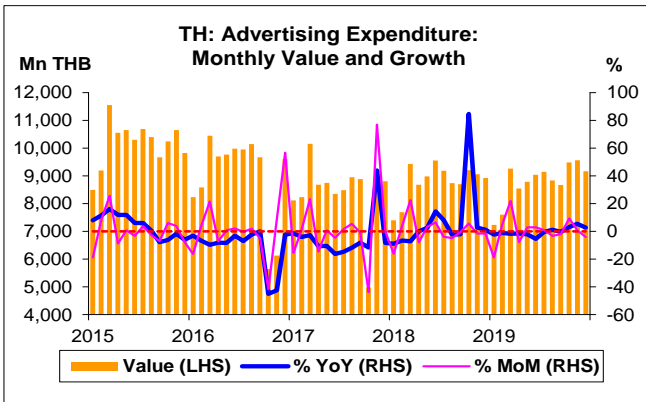
%	Average YoY Growth	CAGR
Advertising Expenditure	1.6	1.4
Television	3.0	2.6
Cable/Satellite ¹	-6.9	-6.9
Radio	-3.1	-3.4
Newspapers	-9.7	-10.3
Magazines	-14.1	-15.2
Cinema	8.0	6.8
Outdoor	5.1	4.5
Transit	15.8	15.5
In Store	10.2	2.4
Internet ²	-	-

¹ข้อมูลปี 2561-62

ที่มา: สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ: 1. CAGR คือ Compound Annual Growth Rate

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



การใช้งบโฆษณา

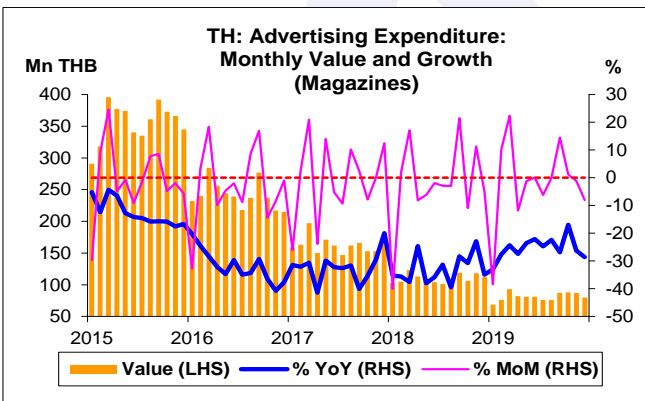
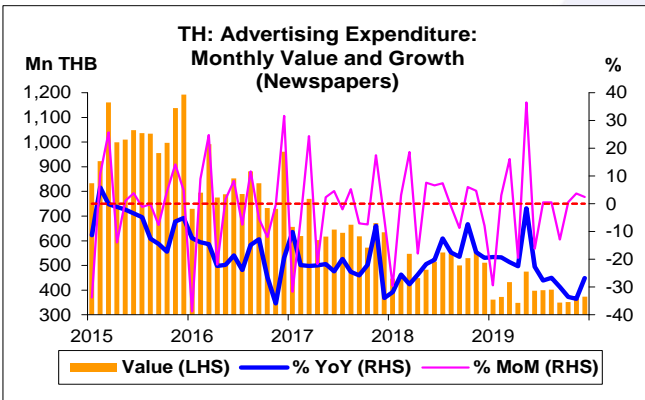
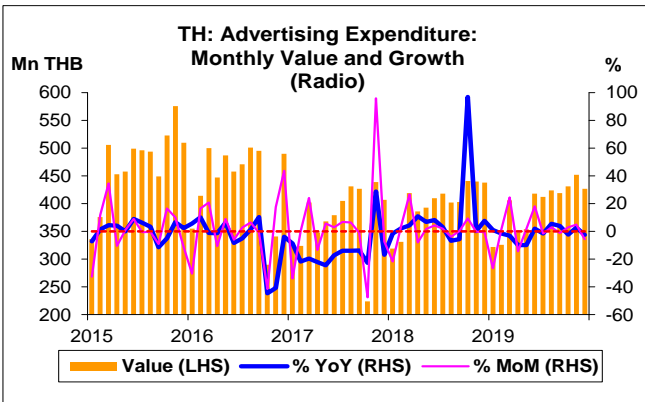
- การใช้งบโฆษณา เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 9,171 Mn THB ขยายตัว 2.8% YoY แต่หดตัว 4.1% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 105,361 Mn THB หดตัวเพียง 0.2% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 107,833 Mn THB อยู่ 2.3%
- การใช้งบโฆษณา Q4/62 มูลค่า 28,218 Mn THB ขยายตัว 3.8% YoY และ 5.9% QoQ ขยายตัวติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 3
- การใช้งบโฆษณา 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 ธ.ค. 62 คิดเป็น 60.1% 2.0% 4.7% 4.1% 0.9% 11.9% 6.4% 7.2% 0.8% และ 2.0% ของการใช้งบโฆษณาทั้งหมด ตามลำดับ หากพิจารณา ปี 62 คิดเป็น 65.0% 2.1% 4.5% 4.4% 0.9% 8.2% 6.5% 6.3% 1.0% และ 1.1% ของการใช้งบโฆษณาทั้งหมด ตามลำดับ ส่วน Q4/62 คิดเป็น คิดเป็น 63.3% 2.1% 4.6% 3.9% 0.9% 9.6% 6.2% 6.8% 0.9% และ 1.7% ของการใช้งบโฆษณาทั้งหมด ตามลำดับ

สื่อโทรทัศน์

- สื่อโทรทัศน์ เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 5,508 Mn THB หดตัว 1.4% YoY และ 12.5% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 67,985 Mn THB ขยายตัวเพียง 0.1% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นปีที่ 2 ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 67,981 Mn THB อยู่เพียง 0.01%
- สื่อโทรทัศน์ Q4/62 มูลค่า 17,858 Mn THB ขยายตัว 3.1% YoY และ 4.7% QoQ

สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม

- สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 188 Mn THB ขยายตัว 4.4% YoY แต่หดตัว 1.6% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 2,264 Mn THB หดตัว 6.9% YoY



- สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม Q4/62 มูลค่า 591 Mn THB หดตัว 1.0% YoY และ 1.0% QoQ

สื่อวิทยุ

- สื่อวิทยุ เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 427 Mn THB หดตัว 2.5% YoY และ 5.5% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 4,739 Mn THB หดตัว 1.3% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 5,669 Mn THB อยู่ 16.4%

- สื่อวิทยุ Q4/62 มูลค่า 1,310 Mn THB หดตัวเพียง 0.7% YoY แต่ขยายตัว 4.4% QoQ ขยายตัวติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 3

สื่อหนังสือพิมพ์

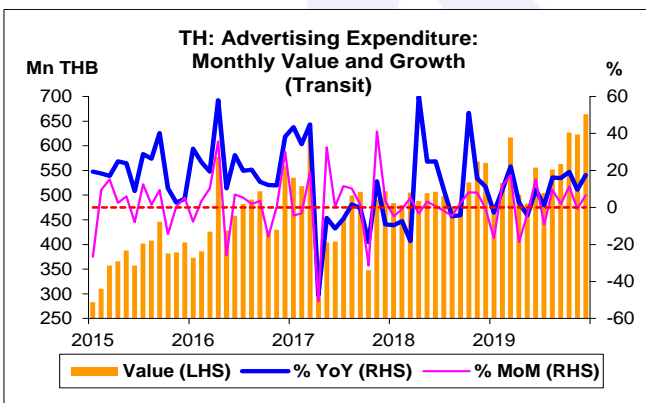
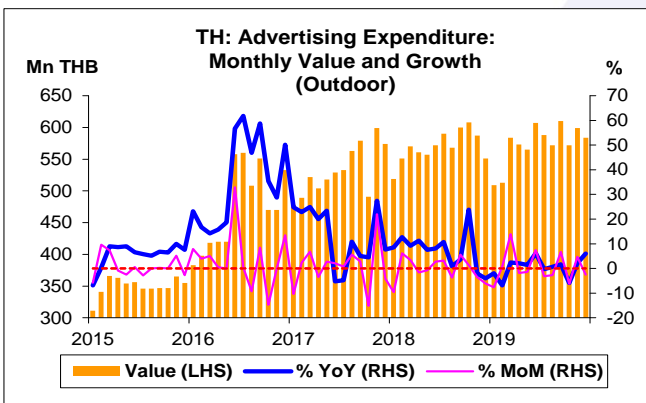
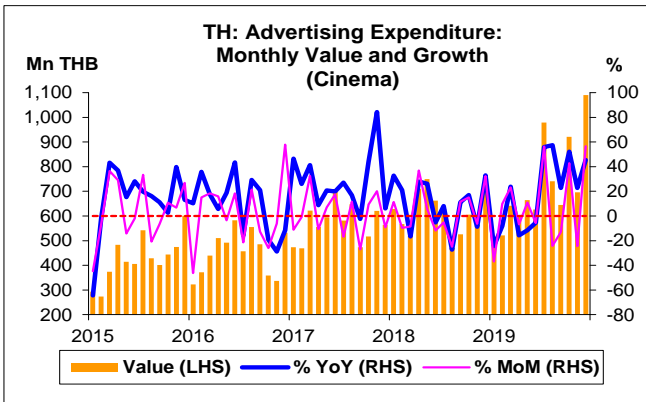
- สื่อหนังสือพิมพ์ เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 374 Mn THB หดตัวถึง 26.8% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 58 แต่ขยายตัว 2.5% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 4,629 Mn THB หดตัวถึง 24.1% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นปีที่ 6 ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 12,330 Mn THB อยู่ถึง 62.5% และต่ำสุดนับตั้งแต่ปี 52-61

- สื่อหนังสือพิมพ์ Q4/62 มูลค่า 1,091 Mn THB ต่ำสุดนับตั้งแต่ Q1/52 โดยหดตัวถึง 31.6% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 24 และหดตัว 5.3% QoQ

สื่อนิตยสาร

- สื่อนิตยสาร เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 80 Mn THB หดตัวถึง 26.8% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 60 และหดตัว 8.0% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 976 Mn THB หดตัวถึง 25.4% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นปีที่ 8 ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 4,337 Mn THB อยู่ถึง 77.5% และต่ำสุดนับตั้งแต่ปี 52-61

- สื่อนิตยสาร Q4/62 มูลค่า 255 Mn THB หดตัวถึง 24.1% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 25 แต่ขยายตัว 6.7% QoQ



สื่อโรงภาพยนตร์

- สื่อโรงภาพยนตร์ เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 1,090 Mn THB สูงสุดนับตั้งแต่เดือน ม.ค. 52 โดยขยายตัวถึง 45.3% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 6 และขยายตัวถึง 56.6% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 8,598 Mn THB ขยายตัว 16.5% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นปีที่ 5 ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 6,185 Mn THB อยู่ถึง 39.0% และสูงสุดนับตั้งแต่ปี 52-61

- สื่อโรงภาพยนตร์ Q4/62 มูลค่า 2,707 Mn THB สูงสุดนับตั้งแต่ Q1/52 โดยขยายตัวถึง 40.8% YoY และ 14.5% QoQ ขยายตัวติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 3

สื่อกลางแจ้ง

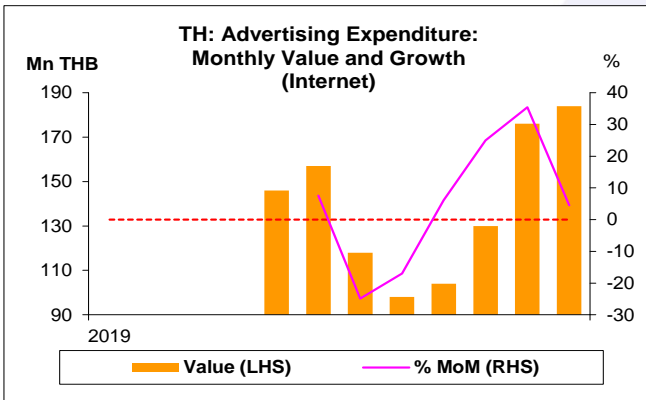
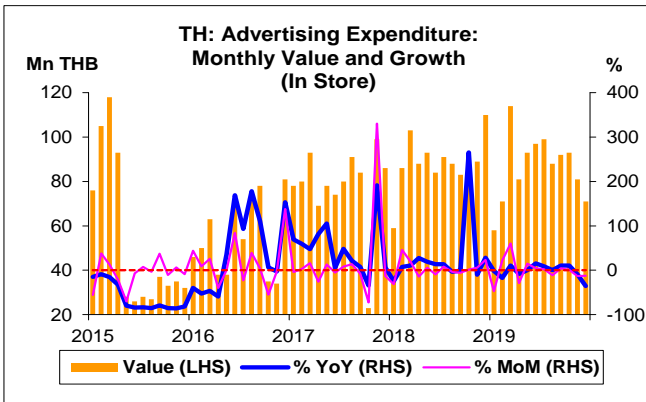
- สื่อกลางแจ้ง เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 584 Mn THB ขยายตัว 6.0% YoY แต่หดตัว 2.5% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 6,876 Mn THB ขยายตัวเพียง 0.6% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นปีที่ 5 ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 4,785 Mn THB อยู่ถึง 43.7% และสูงสุดนับตั้งแต่ปี 52-61

- สื่อกลางแจ้ง Q4/62 มูลค่า 1,755 Mn THB ขยายตัวเพียง 0.5% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 3 แต่หดตัวเพียง 0.8% QoQ

สื่อเคลื่อนที่

- สื่อเคลื่อนที่ เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 664 Mn THB สูงสุดนับตั้งแต่เดือน ม.ค. 52 โดยขยายตัว 17.5% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 7 และขยายตัว 6.6% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 6,686 Mn THB ขยายตัว 9.9% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นปีที่ 11 ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 3,856 Mn THB อยู่ถึง 73.4% และสูงสุดนับตั้งแต่ปี 52-61

- สื่อเคลื่อนที่ Q4/62 มูลค่า 1,914 Mn THB สูงสุดนับตั้งแต่ Q1/52 โดยขยายตัว 15.4% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นไตรมาสที่ 5 และขยายตัว 18.2% QoQ

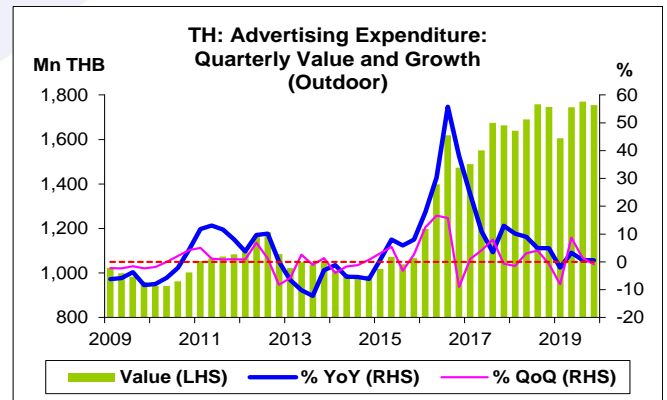
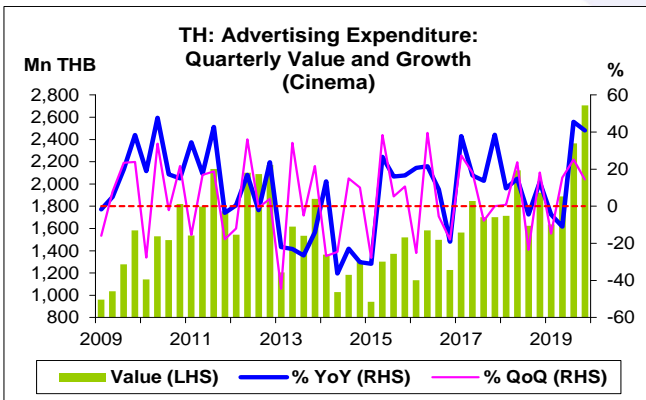
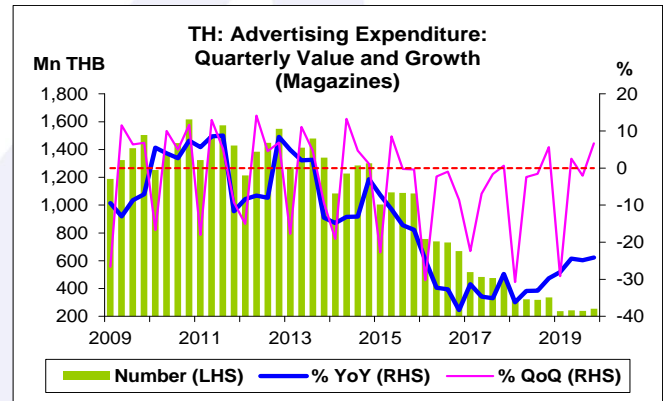
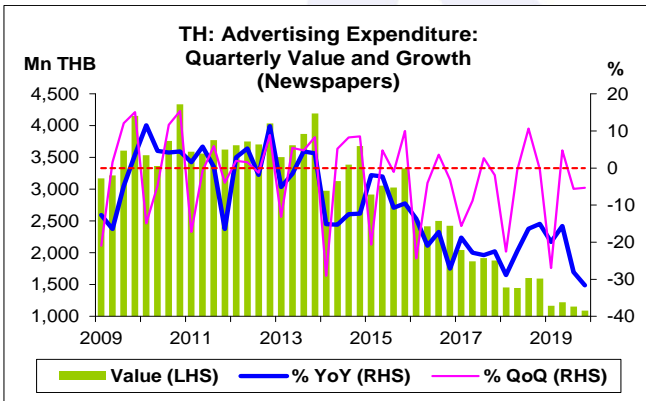
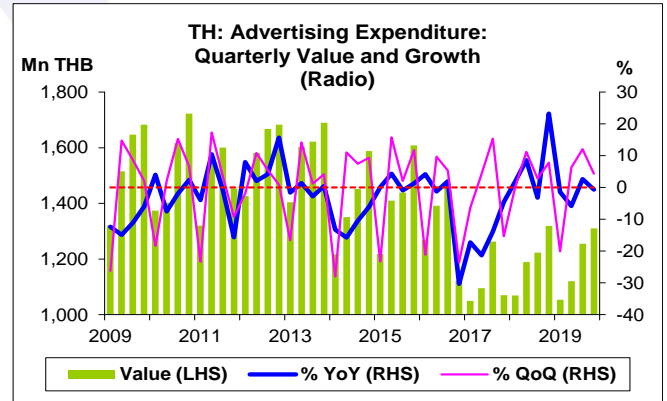
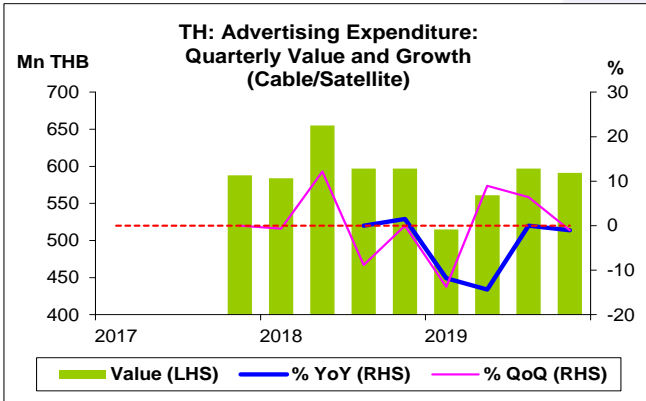
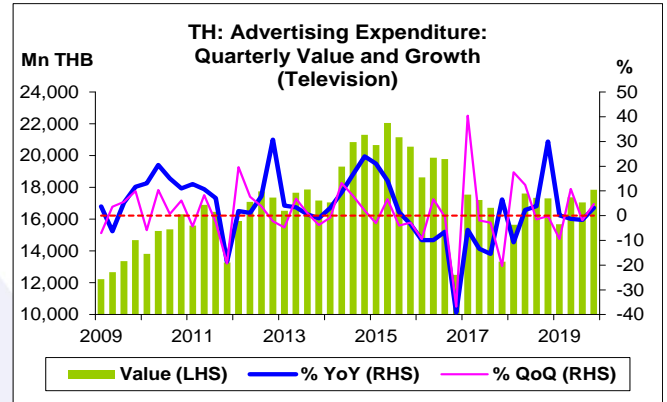
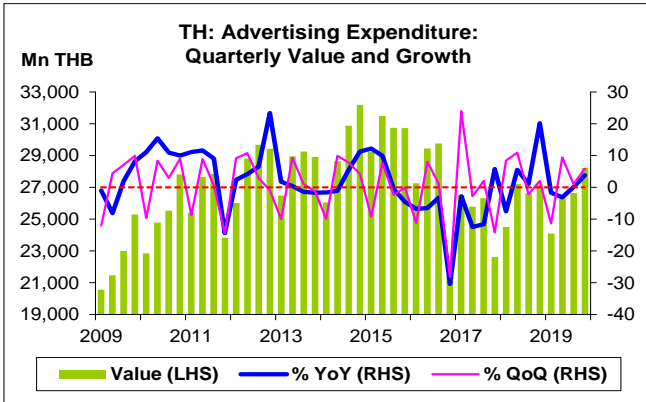


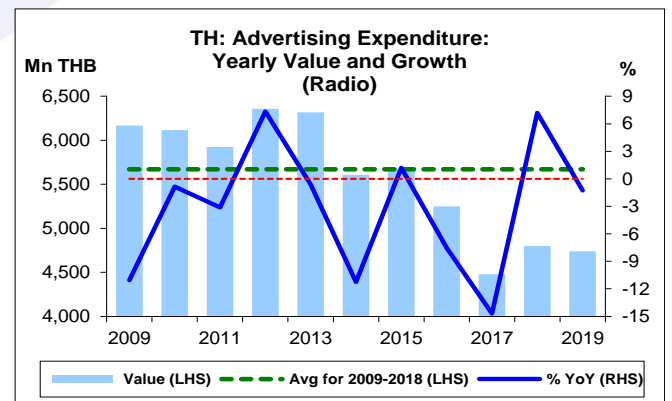
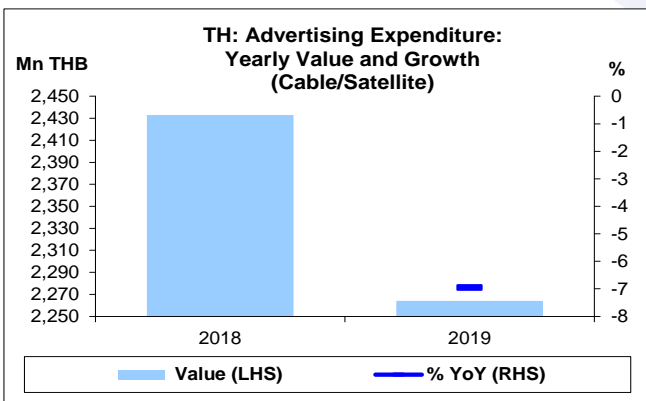
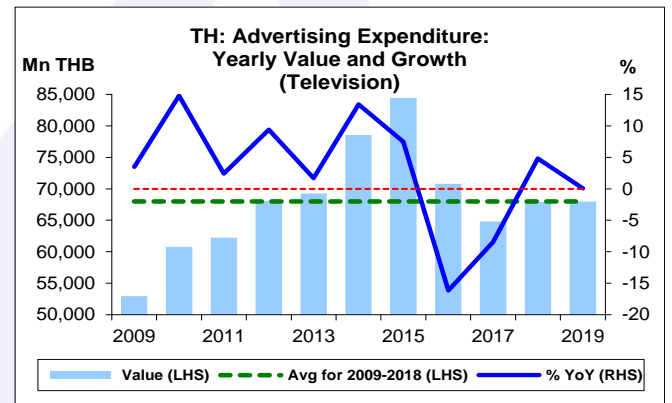
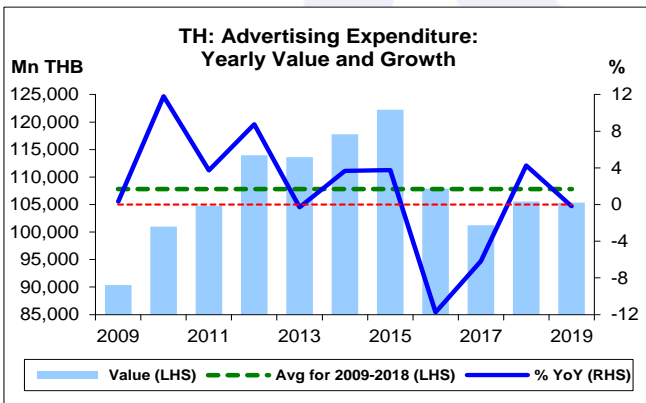
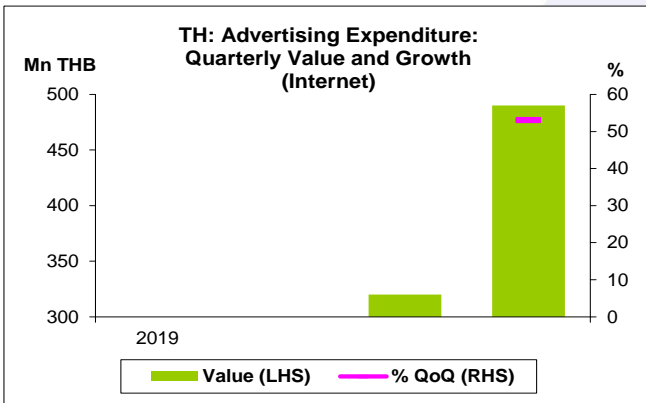
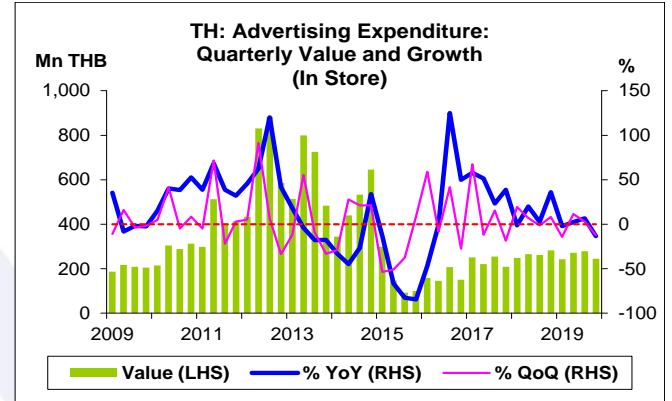
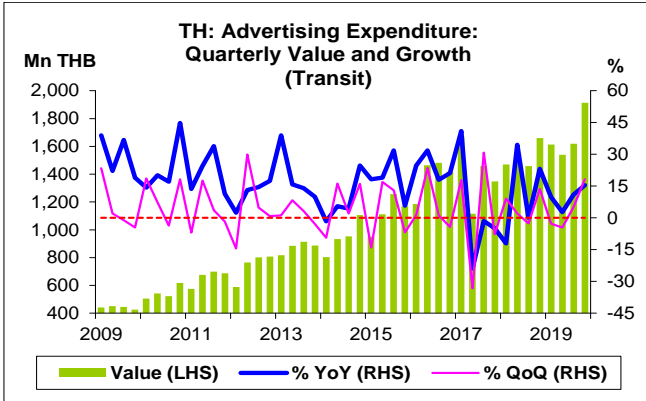
สื่อในห้างสรรพสินค้า

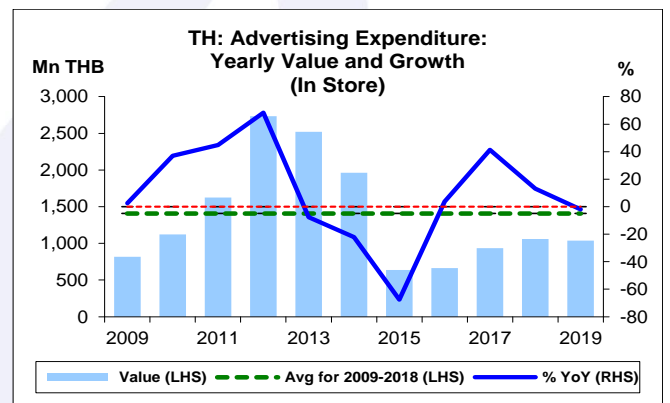
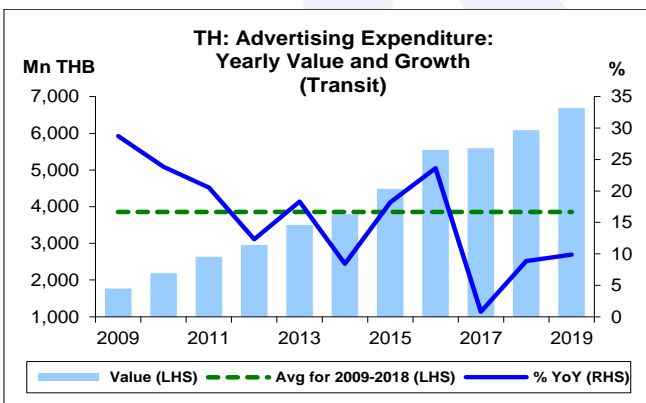
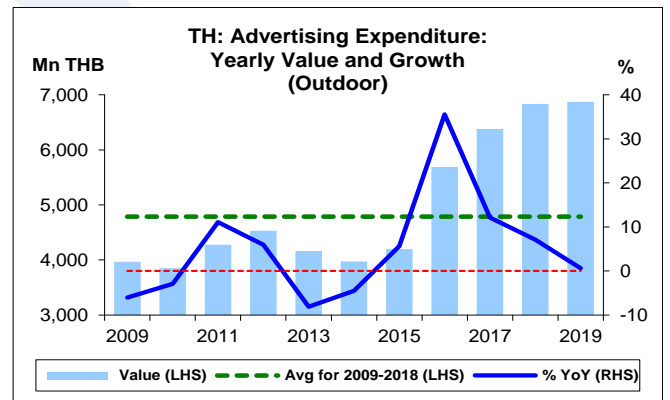
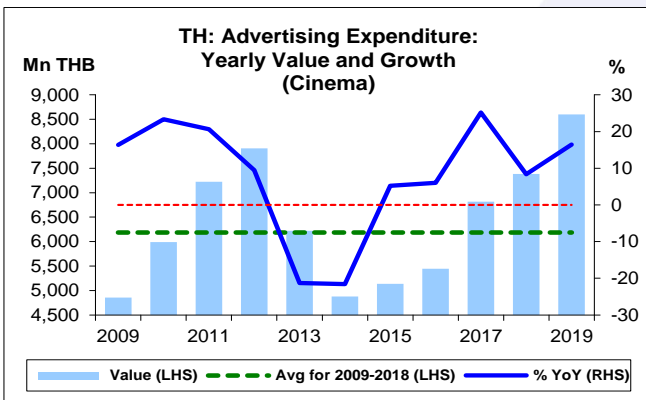
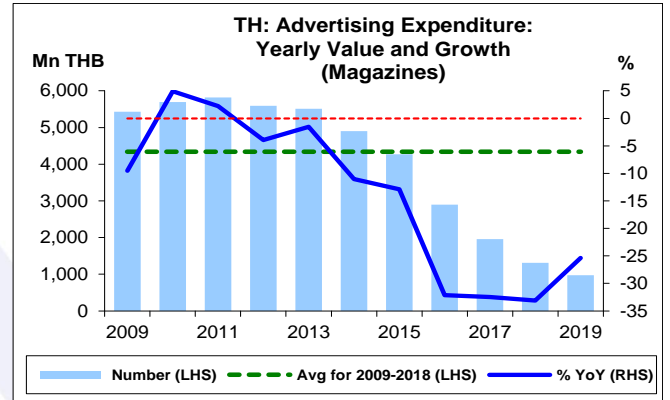
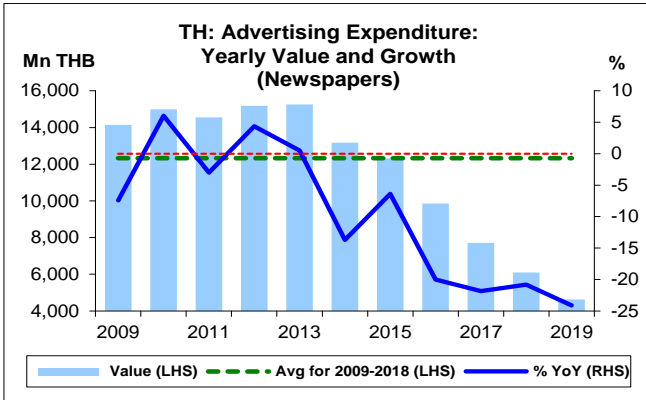
- สื่อในห้างสรรพสินค้า เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 71 Mn THB หดตัวถึง 35.5% YoY และ 12.3% MoM หากพิจารณา ปี 62 มูลค่า 1,038 Mn THB หดตัว 1.9% YoY หดตัวเป็นครั้งแรก หลังจากขยายตัวติดต่อกัน 3 ปี ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของปี 52-61 ที่ 1,407 Mn THB อยู่ถึง 26.2% แต่สูงกว่าปี 59 อยู่ 16.2% CAGR
- สื่อในห้างสรรพสินค้า Q4/62 มูลค่า 245 Mn THB หดตัว 13.4% YoY และ 12.2% QoQ

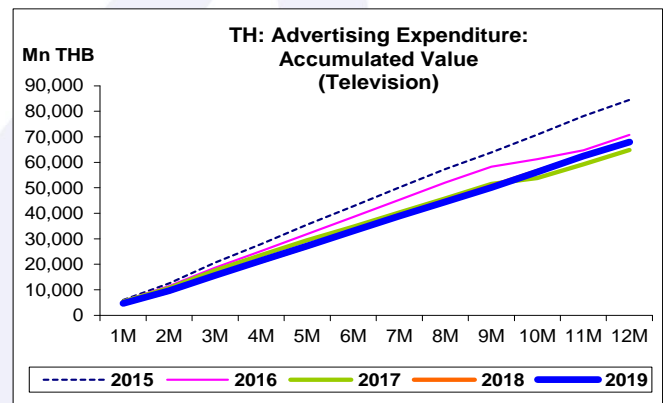
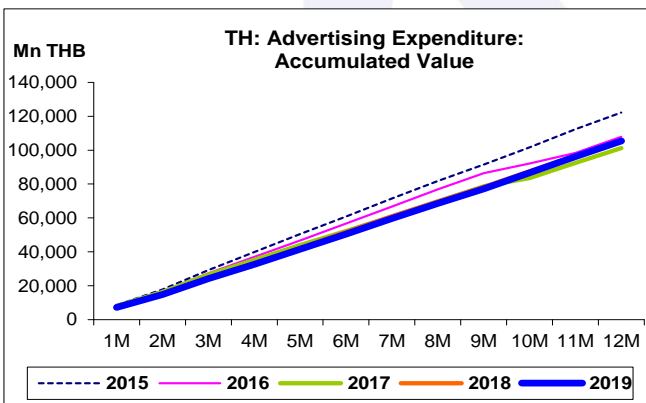
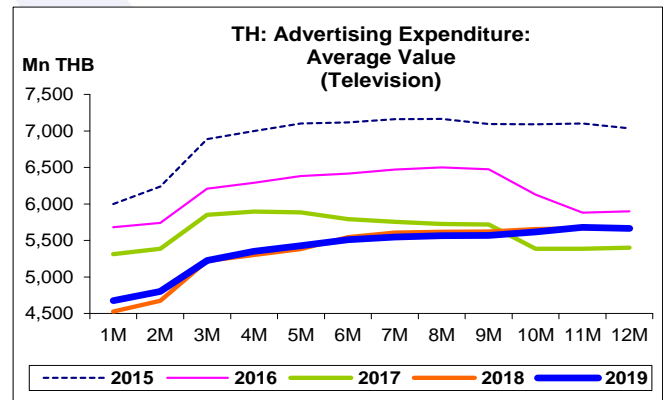
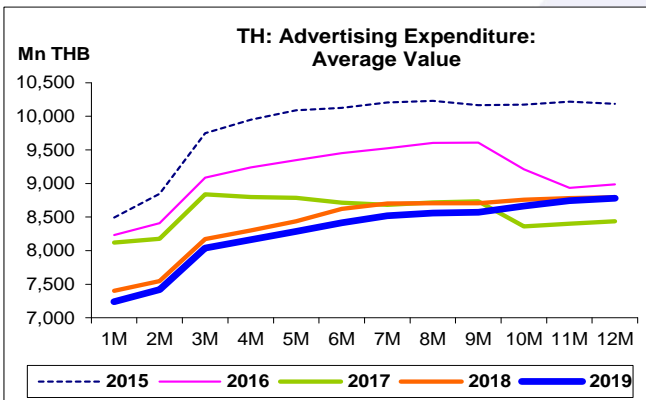
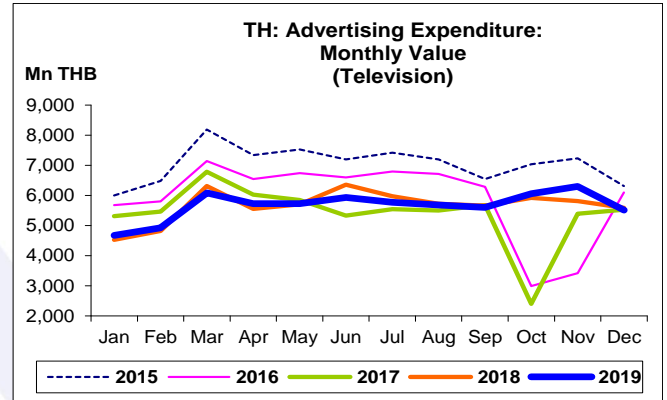
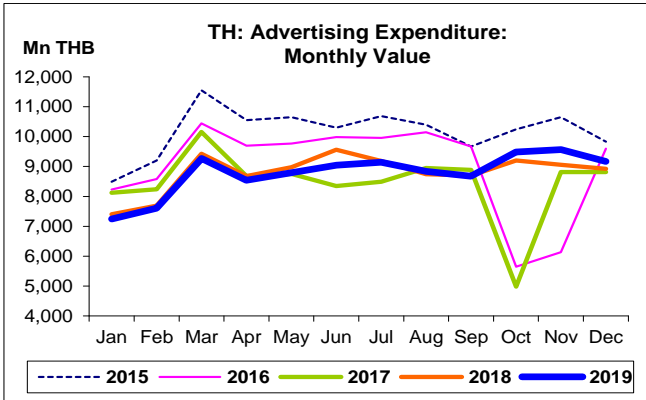
สื่ออินเทอร์เน็ต

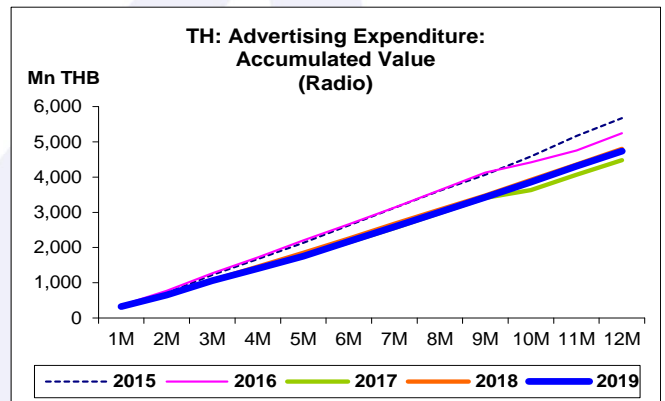
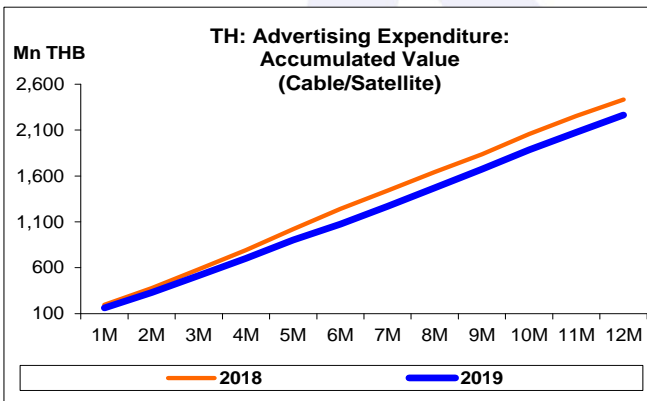
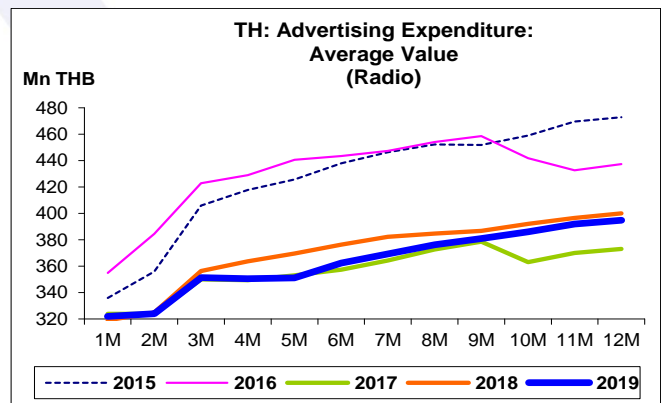
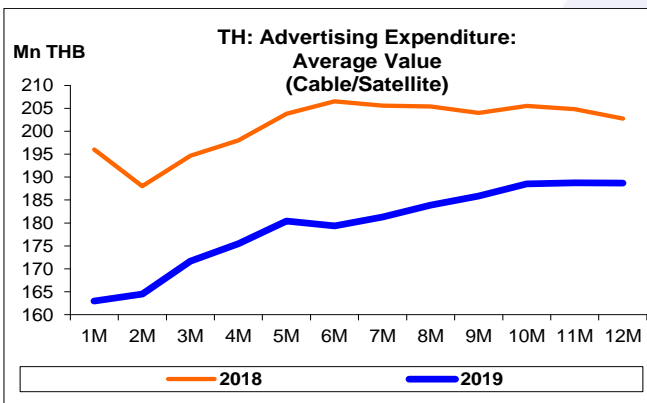
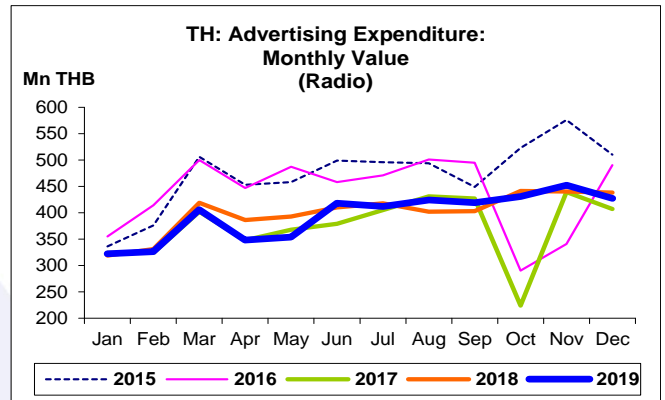
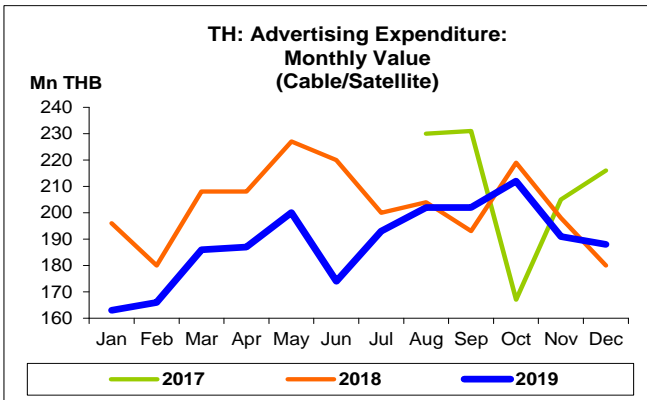
- สื่ออินเทอร์เน็ต เดือน ธ.ค. 62 มูลค่า 184 Mn THB ขยายตัว 4.5% MoM ขยายตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4
- สื่ออินเทอร์เน็ต Q4/62 มูลค่า 490 Mn THB ขยายตัวถึง 53.1% QoQ

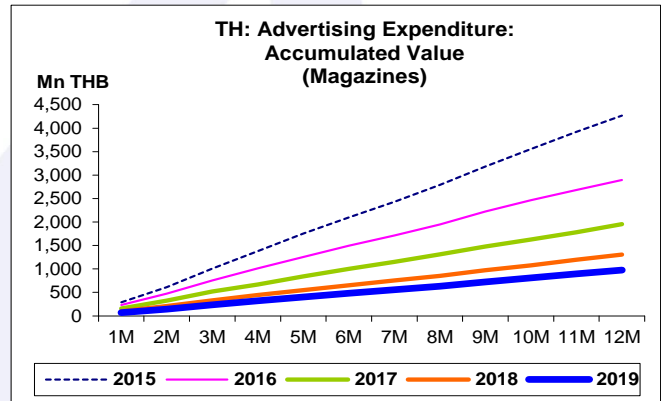
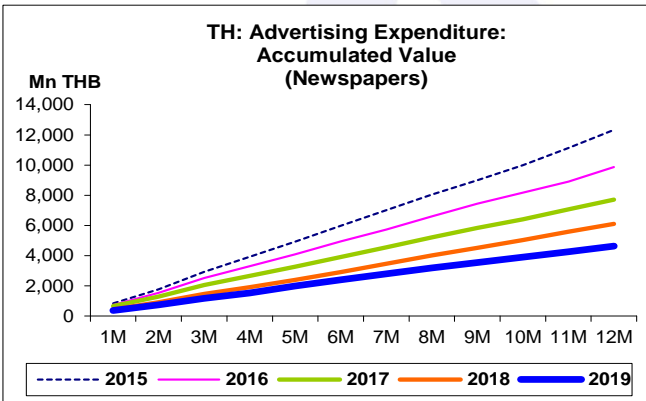
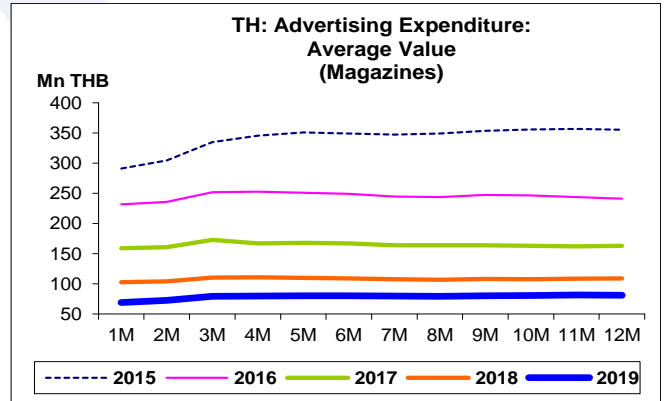
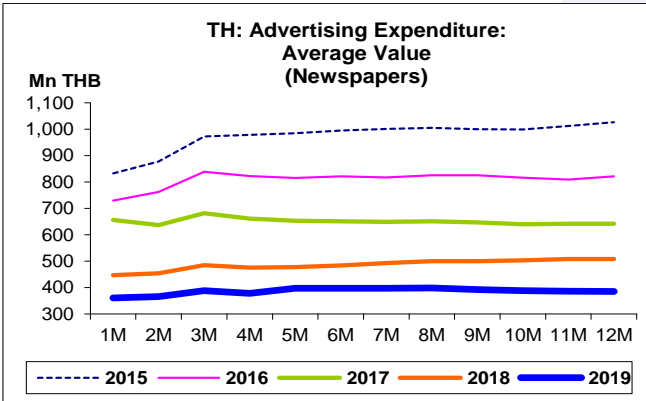
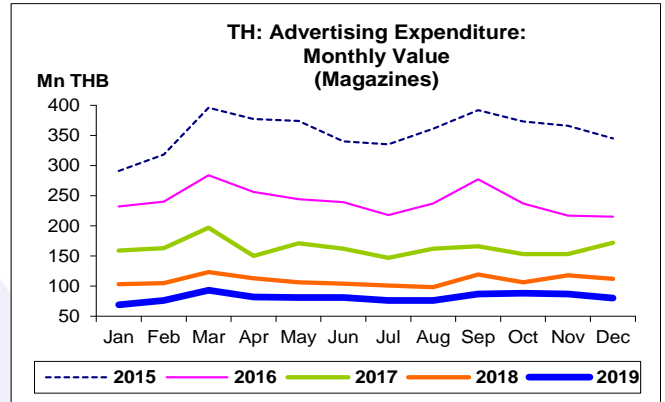
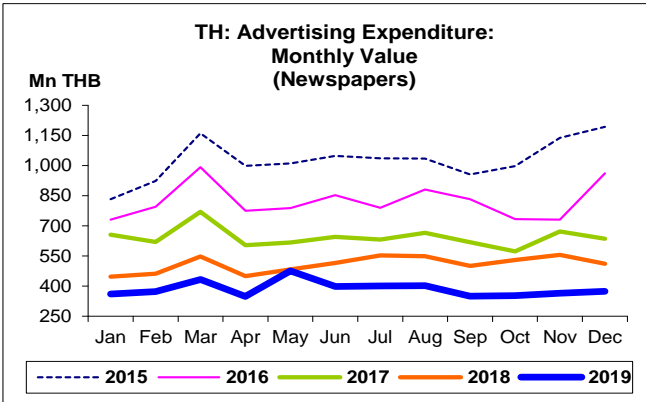


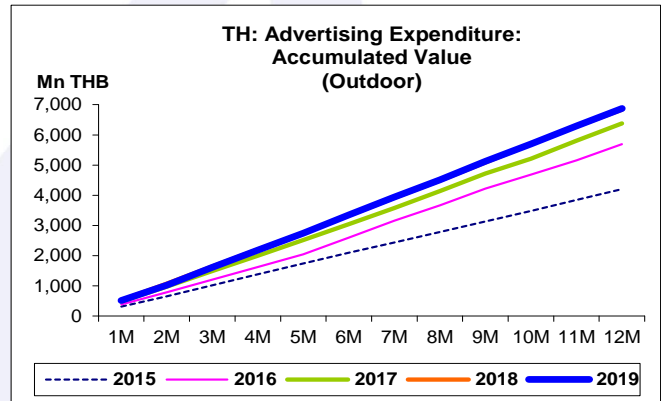
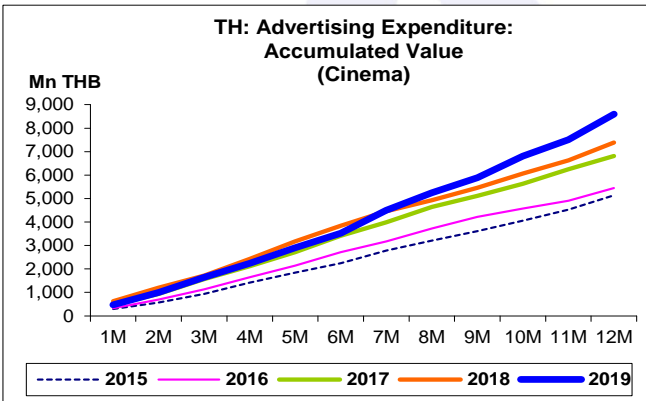
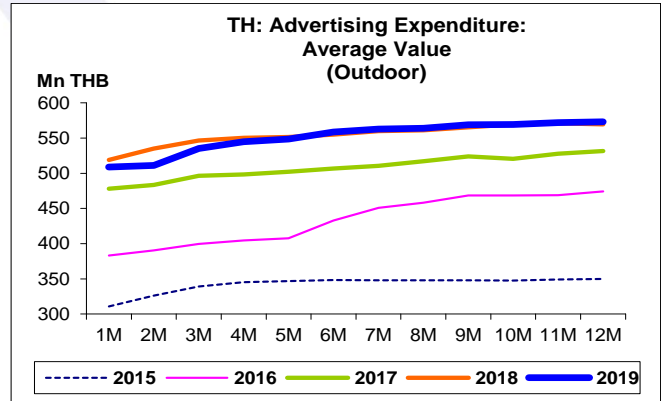
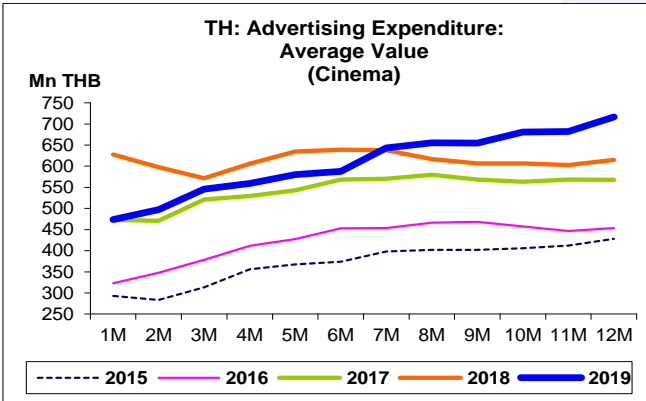
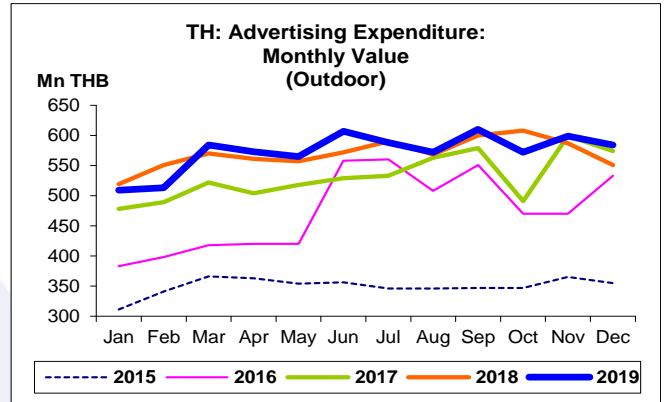
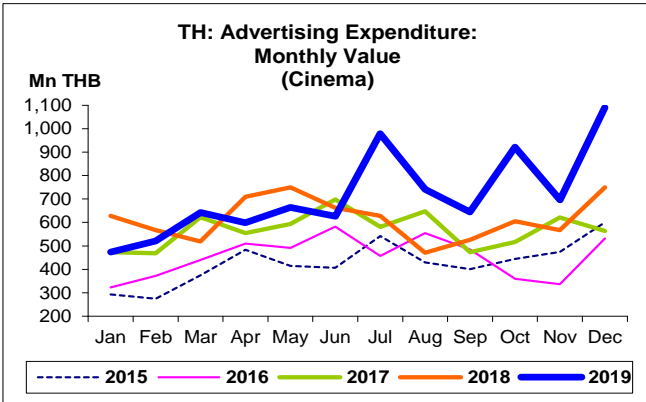


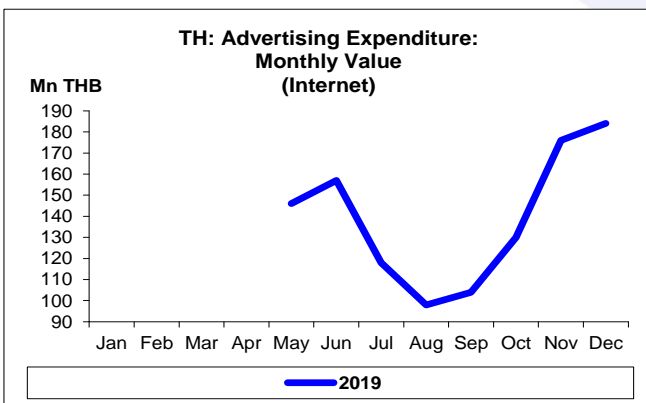
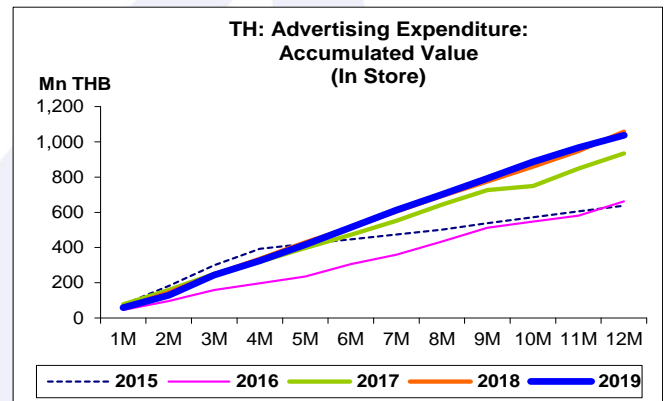
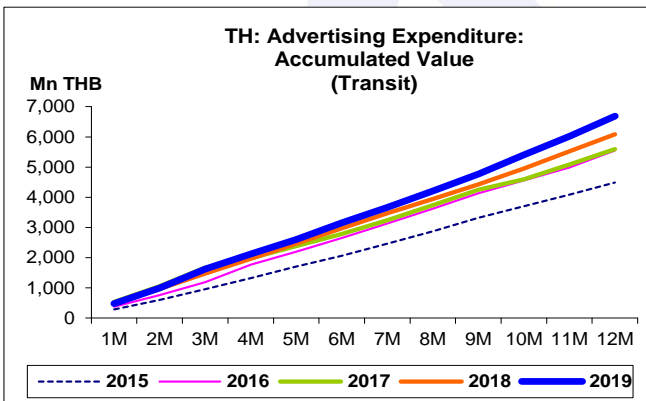
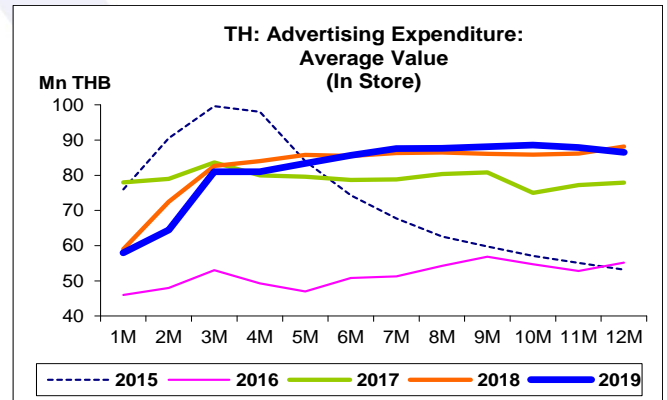
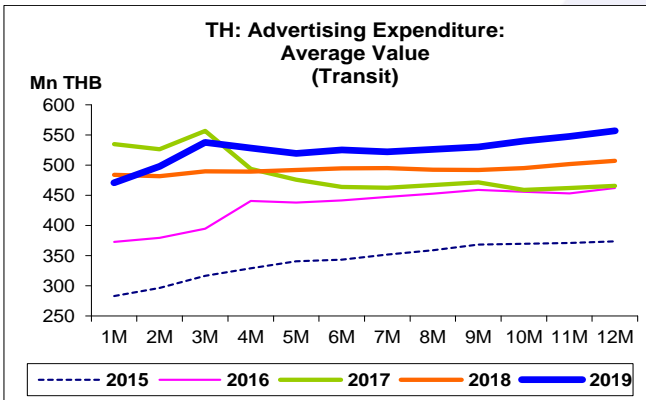
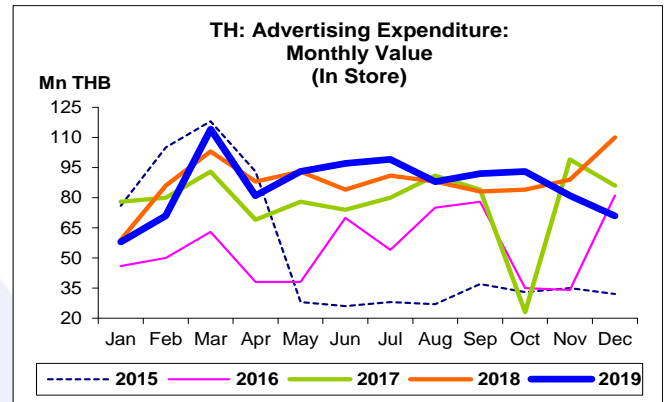
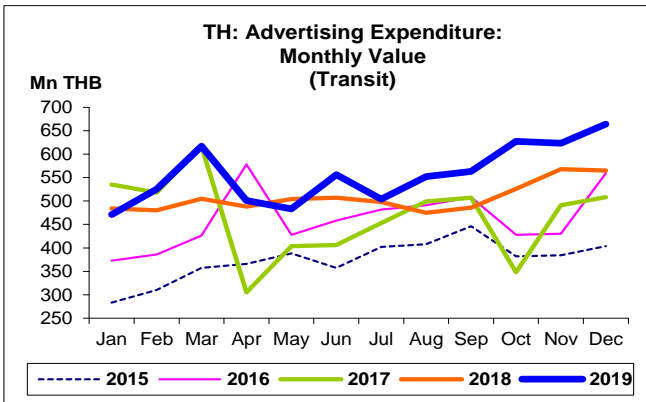












การใช้งบประมาณ:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Advertising Expenditure							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	9,171	-20.6	84.0	11,551	มี.ค. 58	4,984	ต.ค. 60
Q4/62	28,218	-12.4	37.2	32,199	Q4/57	20,560	Q1/52
2562	105,361	-13.8	16.6	122,225	2558	90,343	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	9,171	-12.2	15.2	10,449	ธ.ค. 57	7,958	ธ.ค. 54
Q4/62	28,218	-12.4	32.0	32,199	Q4/57	21,375	Q4/59
Television							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	5,508	-32.7	129.2	8,184	มี.ค. 58	2,403	ต.ค. 60
Q4/62	17,858	-19.0	46.1	22,051	Q2/58	12,224	Q1/52
2562	67,985	-19.5	28.4	84,444	2558	52,934	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	5,508	-18.7	27.1	6,777	ธ.ค. 57	4,334	ธ.ค. 54
Q4/62	17,858	-16.2	42.9	21,310	Q4/57	12,499	Q4/59
Cable/Satellite							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	188	-18.6	15.3	231	ก.ย. 60	163	ม.ค. 62
Q4/62	591	-9.8	14.8	655	Q2/61	515	Q1/62
2562	2,264	-6.9	-	2,433	2561	2,264	2562
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	188	-13.0	4.4	216	ธ.ค. 60	180	ธ.ค. 61
Q4/62	591	-1.0	0.5	597	Q4/61	588	Q4/60
Radio							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	427	-28.0	90.6	593	พ.ย. 53	224	ต.ค. 60
Q4/62	1,310	-24.0	24.8	1,723	Q4/53	1,050	Q1/60
2562	4,739	-25.5	5.8	6,358	2555	4,478	2560
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	427	-23.2	4.9	556	ธ.ค. 53	407	ธ.ค. 60
Q4/62	1,310	-24.0	22.4	1,723	Q4/53	1,070	Q4/60

การใช้งบประมาณ:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Newspapers							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	374	-75.5	7.5	1,524	พ.ย. 53	348	เม.ย. 62
Q4/62	1,091	-74.9	-	4,338	Q4/53	1,091	Q4/62
2562	4,629	-69.7	-	15,260	2556	4,629	2562
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	374	-74.7	-	1,478	ธ.ค. 53	374	ธ.ค. 62
Q4/62	1,091	-74.9	-	4,338	Q4/53	1,091	Q4/62
Magazines							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	80	-85.5	15.9	551	ก.ย. 54	69	ม.ค. 62
Q4/62	255	-84.2	7.1	1,616	Q4/53	238	Q1/62
2562	976	-83.2	-	5,822	2554	976	2562
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	80	-85.1	-	538	ธ.ค. 53	80	ธ.ค. 62
Q4/62	255	-84.2	-	1,616	Q4/53	255	Q4/62
Cinema							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	1,090	-	317.6	1,090	ธ.ค. 62	261	มี.ค. 57
Q4/62	2,707	-	187.7	2,707	Q4/62	941	Q1/58
2562	8,598	-	77.1	8,598	2562	4,855	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	1,090	-	113.3	1,090	ธ.ค. 62	511	ธ.ค. 52
Q4/62	2,707	-	120.4	2,707	Q4/62	1,228	Q4/59
Outdoor							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	584	-4.3	89.0	610	ก.ย. 62	309	ก.พ. 53
Q4/62	1,755	-0.8	86.3	1,770	Q3/62	942	Q1/53
2562	6,876	-	78.6	6,876	2562	3,849	2553
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	584	-	83.1	584	ธ.ค. 62	319	ธ.ค. 52
Q4/62	1,755	-	82.8	1,755	Q4/62	960	Q4/52

การใช้งบโฆษณา:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Transit							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	664	-	410.8	664	ธ.ค. 62	130	ก.พ. 52
Q4/62	1,914	-	349.3	1,914	Q4/62	426	Q4/52
2562	6,686	-	278.8	6,686	2562	1,765	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	664	-	325.6	664	ธ.ค. 62	156	ธ.ค. 52
Q4/62	1,914	-	349.3	1,914	Q4/62	426	Q4/52
In Store							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	71	-78.7	208.7	334	ส.ค. 55	23	ต.ค. 60
Q4/62	245	-72.3	166.3	883	Q3/55	92	Q3/58
2562	1,038	-62.0	62.7	2,733	2560	638	2558
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	71	-60.1	121.9	178	ธ.ค. 55	32	ธ.ค. 58
Q4/62	245	-62.1	145.0	646	Q4/57	100	Q4/58
Internet							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ธ.ค. 62	184	-	87.8	184	ธ.ค. 62	98	ส.ค. 62
Q4/62	490	-	53.1	490	Q4/62	320	Q3/62
2562	-	-	-	-	-	-	-
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ธ.ค. 62	184	-	-	184	ธ.ค. 62	184	ธ.ค. 62
Q4/62	490	-	-	490	Q4/62	490	Q4/62