

การใช้งบโฆษณาในไทย เดือน ต.ค. 2562

- การใช้งบโฆษณา เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 9,483 Mn THB ขยายตัว 3.1% YoY และ 9.3% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 86,626 Mn THB หดตัว 1.1% YoY
- การใช้งบโฆษณา เดือน ต.ค. 62 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สื่อโทรทัศน์ สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อเคลื่อนที่ และสื่อในห้างสรรพสินค้า ขยายตัว แต่ สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และสื่อกลางแจ้ง หดตัว หากเทียบกับเดือนก่อน ขยายตัวเกือบทุกสื่อ ยกเว้น สื่อกลางแจ้ง หากพิจารณา 10M/62 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สื่อโทรทัศน์ สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และสื่อกลางแจ้ง หดตัว แต่ สื่อโรงภาพยนตร์ สื่อเคลื่อนที่ และสื่อในห้างสรรพสินค้า ขยายตัว

การประเมินอันดับค่า อิงค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าสูงสุด (ปี 2552-62)

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

¹การประเมินอันดับค่า อิงค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าสูงสุด (ปี 2560-62)

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

อัตราการเปลี่ยนแปลงรายปี (ปี 2552-61)

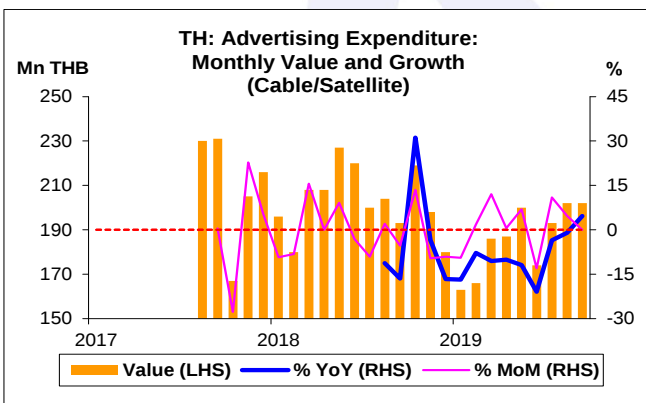
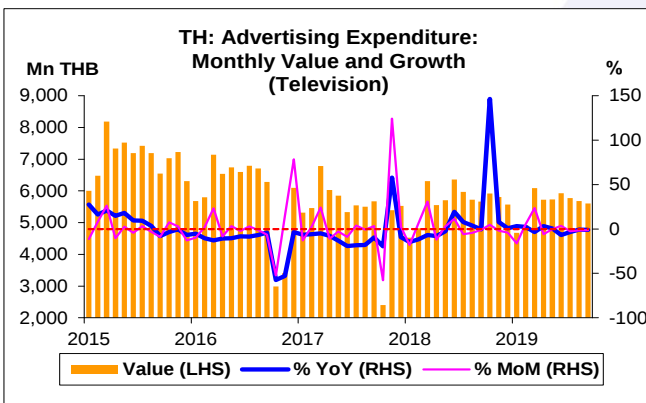
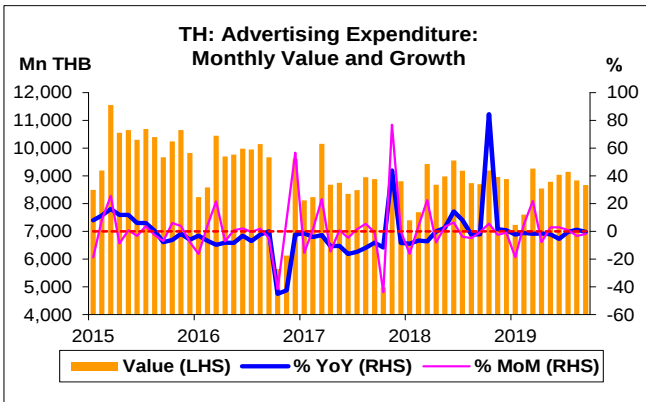
%	Average YoY Growth	CAGR
Advertising Expenditure	1.8	1.6
Television	3.3	2.9
Cable/Satellite ¹	131.9	131.9
Radio	-3.3	-3.6
Newspapers	-8.2	-8.8
Magazines	-13.1	-14.3
Cinema	7.0	5.7
Outdoor	5.6	4.9
Transit	16.3	16.0
In Store	11.3	2.8
Internet ²	-	-

¹ข้อมูลปี 2560-61

ที่มา: สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ: 1. CAGR คือ Compound Annual Growth Rate

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



การใช้โฆษณา

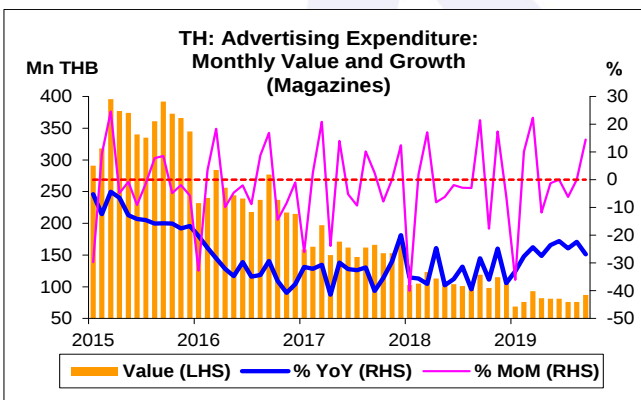
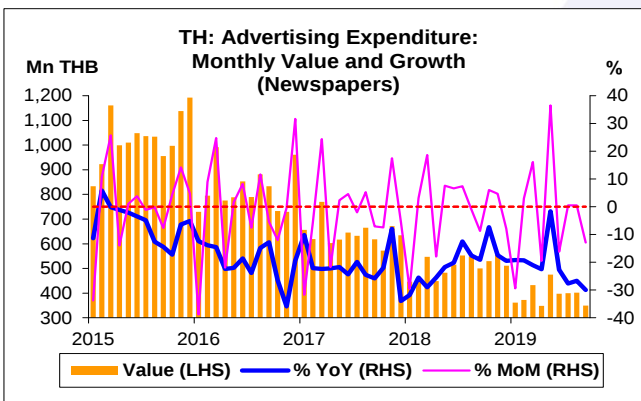
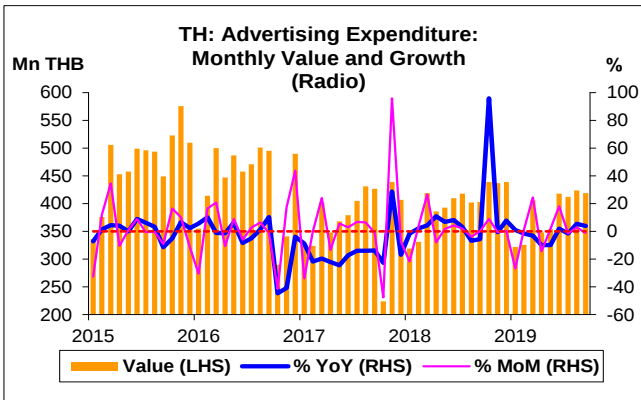
- การใช้โฆษณา เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 9,483 Mn THB ขยายตัว 3.1% YoY และ 9.3% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 86,626 Mn THB หดตัว 1.1% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 89,586 Mn THB อยู่ 3.3%
- การใช้โฆษณา แบ่งตามประเภทสื่อ ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ (Television) สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม (Cable/Satellite) สื่อวิทยุ (Radio) สื่อหนังสือพิมพ์ (Newspapers) สื่อนิตยสาร (Magazines) สื่อโรงภาพยนตร์ (Cinema) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor) สื่อเคลื่อนที่ (Transit) สื่อในห้างสรรพสินค้า (In Store) และสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) โดยเดือน ต.ค. 62 คิดเป็น 63.9% 2.2% 4.5% 3.7% 0.9% 9.7% 6.0% 6.6% 1.0% และ 1.4% ของการใช้โฆษณาทั้งหมด ตามลำดับ หากพิจารณา 10M/62 คิดเป็น 64.9% 2.2% 4.5% 4.5% 0.9% 7.9% 6.6% 6.2% 1.0% และ 0.9% ของการใช้โฆษณาทั้งหมด ตามลำดับ

สื่อโทรทัศน์

- สื่อโทรทัศน์ เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 6,056 Mn THB ขยายตัว 2.3% YoY ขยายตัวเป็นครั้งแรก หลังจากหดตัวติดต่อกัน 4 เดือน และขยายตัว 8.1% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 56,183 Mn THB หดตัวเพียง 0.6% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 56,924 Mn THB อยู่ 1.3%

สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม

- สื่อเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียม เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 212 Mn THB หดตัว 3.2% YoY แต่ขยายตัว 5.0% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 1,885 Mn THB หดตัว 8.3% YoY



สื่อวิทยุ

- สื่อวิทยุ เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 431 Mn THB หดตัว 2.3% YoY แต่ขยายตัว 2.9% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 3,860 Mn THB หดตัว 1.6% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 4,660 Mn THB อยู่ 17.2%

สื่อนักหนังสือพิมพ์

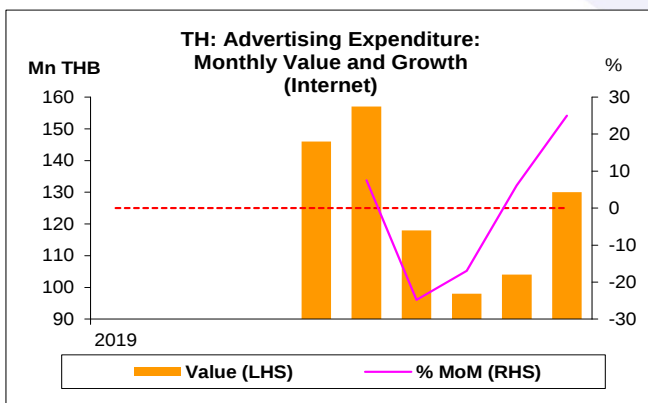
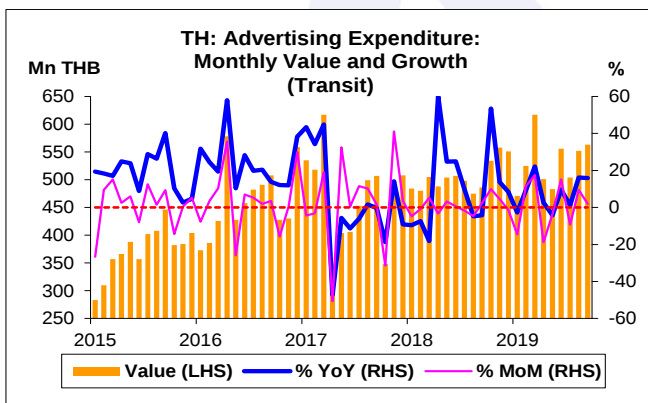
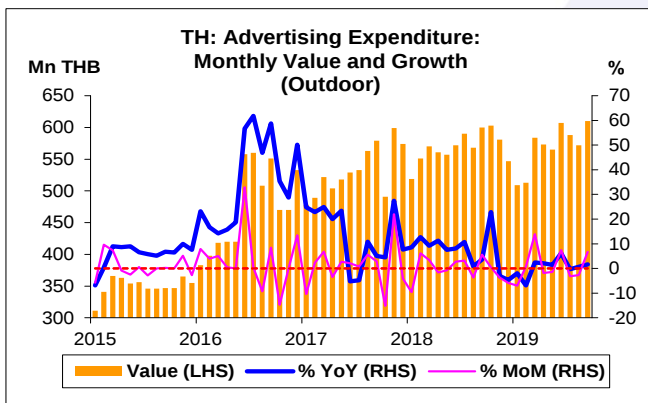
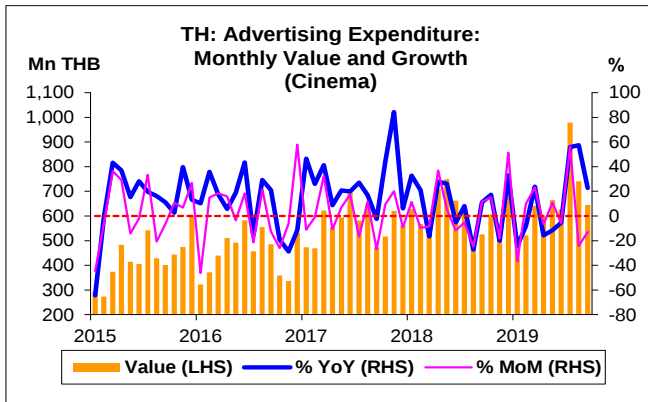
- สื่อนักหนังสือพิมพ์ เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 352 Mn THB หดตัวถึง 33.6% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 56 แต่ขยายตัวเพียง 0.6% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 3,890 Mn THB หดตัวถึง 22.7% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 10,050 Mn THB อยู่ถึง 61.3% และต่ำสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61

สื่อนิตยสาร

- สื่อนิตยสาร เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 88 Mn THB หดตัว 17.0% YoY หดตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 58 แต่ขยายตัว 1.1% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 809 Mn THB หดตัวถึง 25.0% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 3,596 Mn THB อยู่ถึง 77.5% และต่ำสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61

สื่อโรงภาพยนตร์

- สื่อโรงภาพยนตร์ เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 921 Mn THB ขยายตัวถึง 52.2% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4 และขยายตัวถึง 42.8% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 6,812 Mn THB ขยายตัว 12.3% YoY ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 5,004 Mn THB อยู่ถึง 36.1% และสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61



สื่อกลางแจ้ง

- สื่อกลางแจ้ง เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 572 Mn THB หดตัว 5.9% YoY และ 6.2% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 5,693 Mn THB หดตัวเพียง 0.1% YoY ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 3,970 Mn THB อยู่ถึง 43.4% และสูงกว่าช่วงเดียวกันของปี 59 อยู่ 6.7% CAGR

สื่อเคลื่อนที่

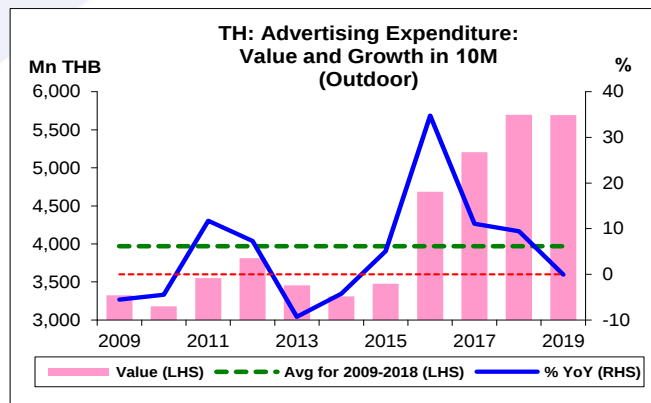
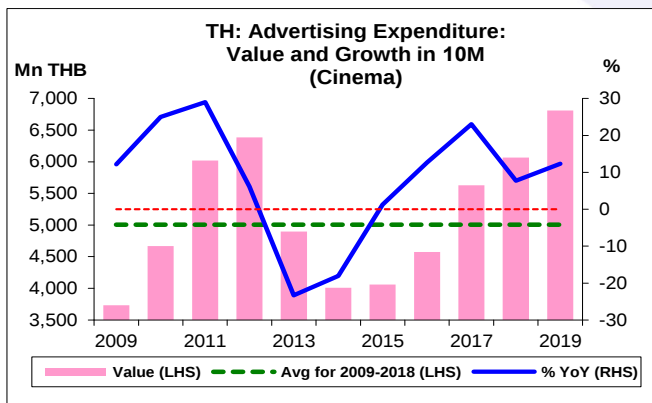
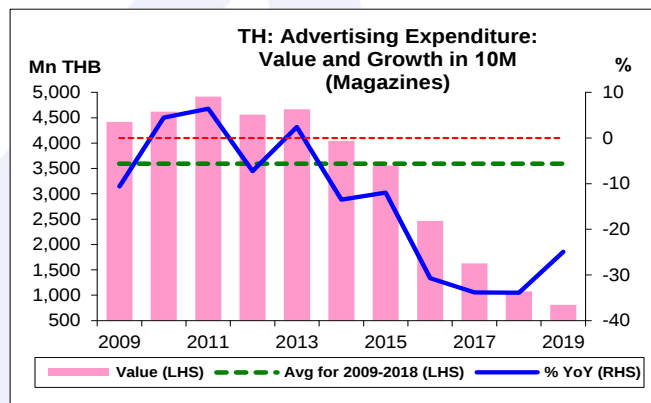
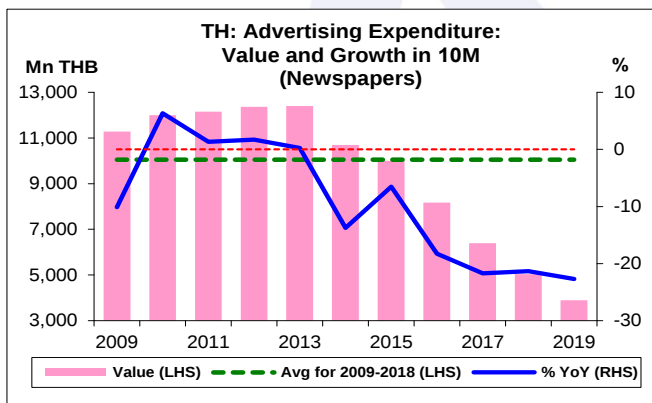
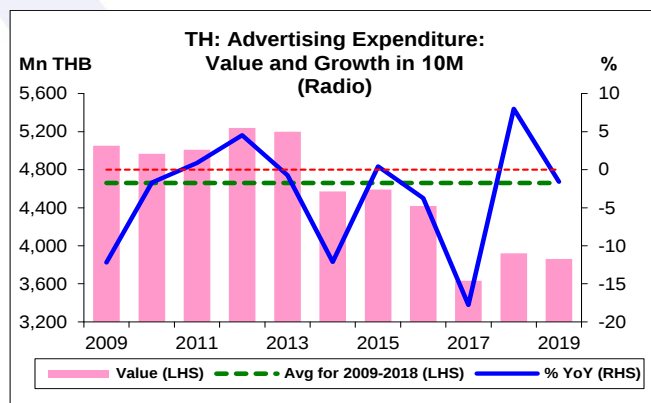
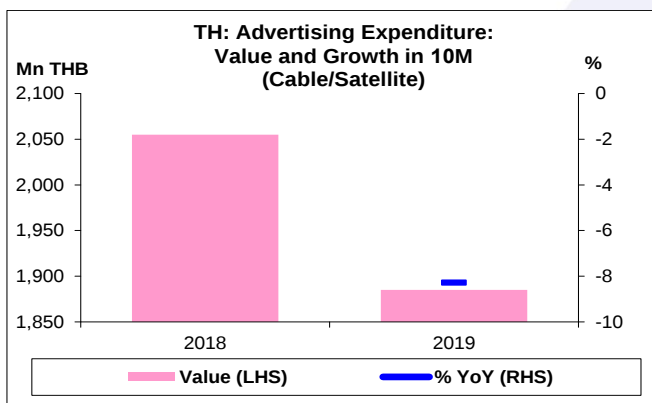
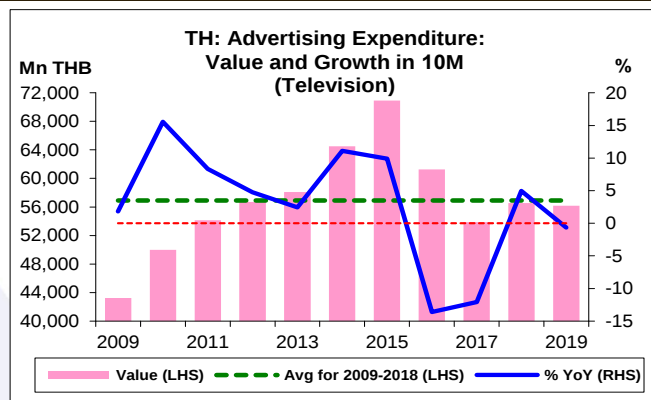
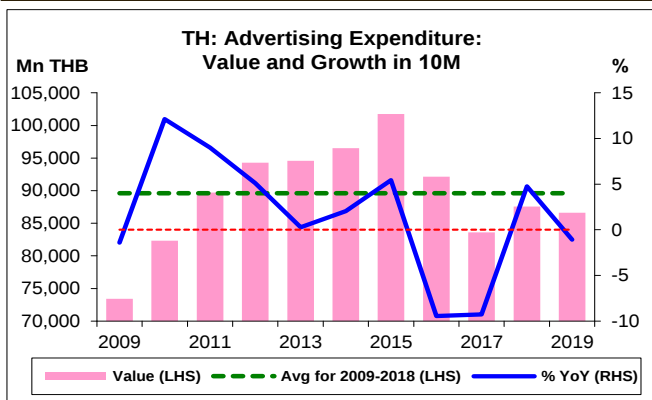
- สื่อเคลื่อนที่ เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 627 Mn THB สูงสุดนับตั้งแต่เดือน ม.ค. 52 โดยขยายตัว 19.2% YoY ขยายตัวติดต่อกันเป็นเดือนที่ 5 และขยายตัว 11.4% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 5,399 Mn THB ขยายตัว 9.0% YoY ทั้งนี้ สูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 3,157 Mn THB อยู่ถึง 71.0% และสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 52-61

สื่อในห้างสรรพสินค้า

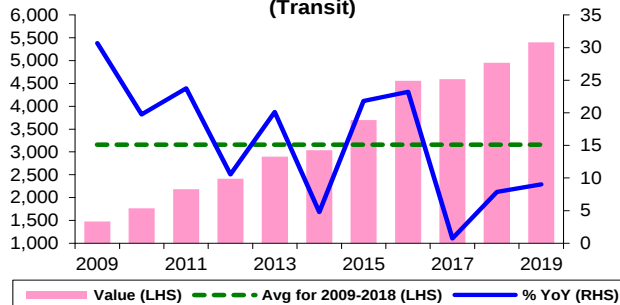
- สื่อในห้างสรรพสินค้า เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 93 Mn THB ขยายตัว 10.7% YoY และ 1.1% MoM หากพิจารณา 10M/62 มูลค่า 886 Mn THB ขยายตัว 3.1% YoY ทั้งนี้ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงเดียวกันของปี 52-61 ที่ 1,182 Mn THB อยู่ถึง 25.1% แต่สูงกว่าช่วงเดียวกันของปี 58 อยู่ 11.6% CAGR

สื่ออินเทอร์เน็ต

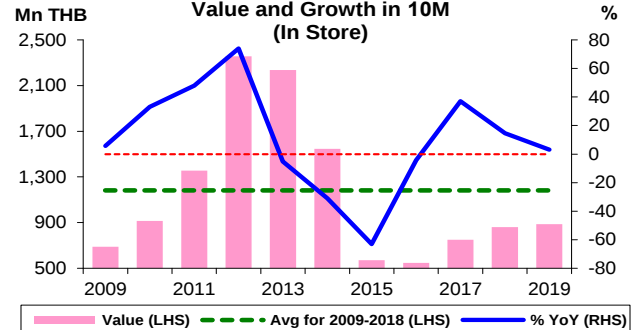
- สื่ออินเทอร์เน็ต เดือน ต.ค. 62 มูลค่า 130 Mn THB ขยายตัวถึง 25.0% MoM



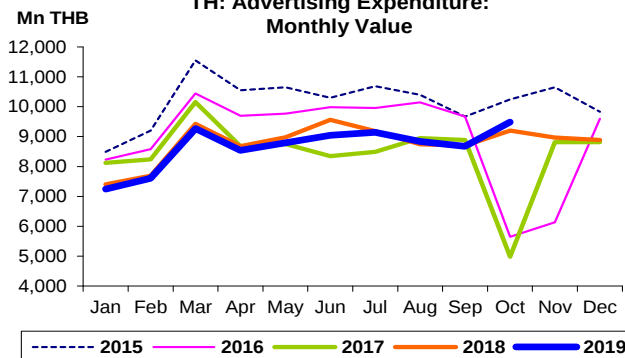
**TH: Advertising Expenditure:
Value and Growth in 10M
(Transit)**



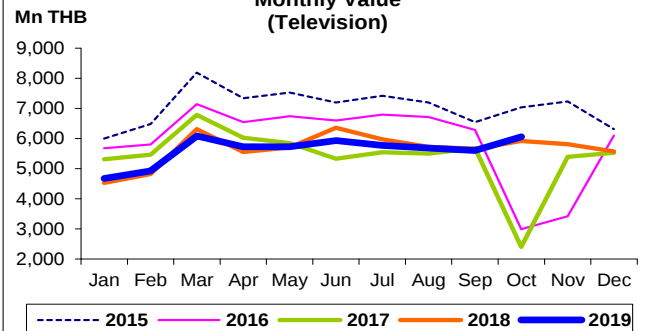
**TH: Advertising Expenditure:
Value and Growth in 10M
(In Store)**



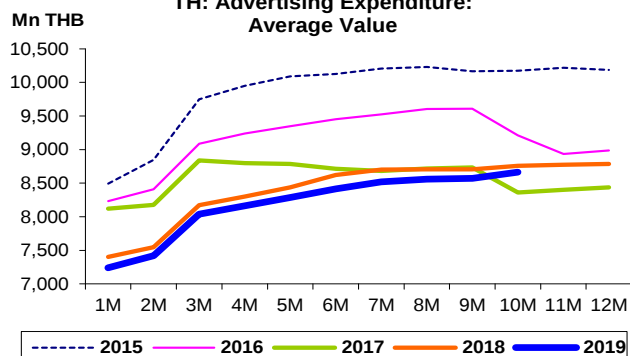
**TH: Advertising Expenditure:
Monthly Value**



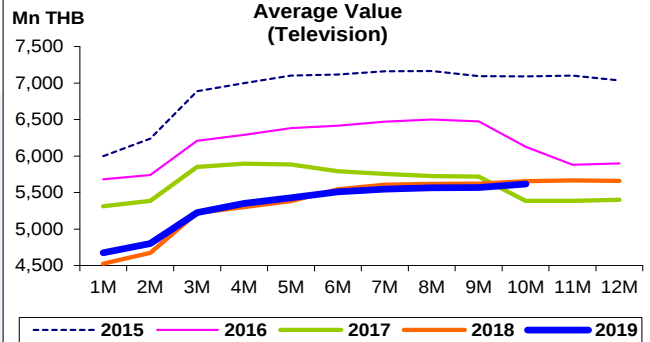
**TH: Advertising Expenditure:
Monthly Value
(Television)**



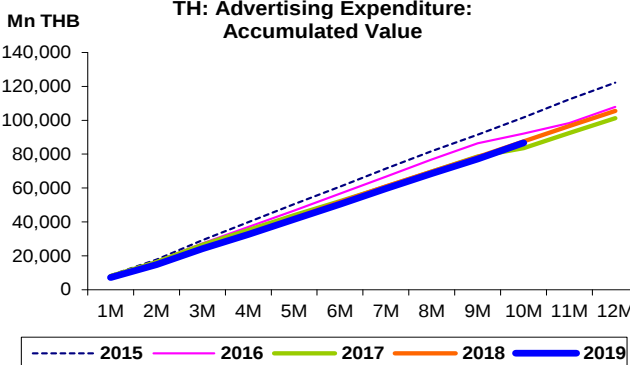
**TH: Advertising Expenditure:
Average Value**



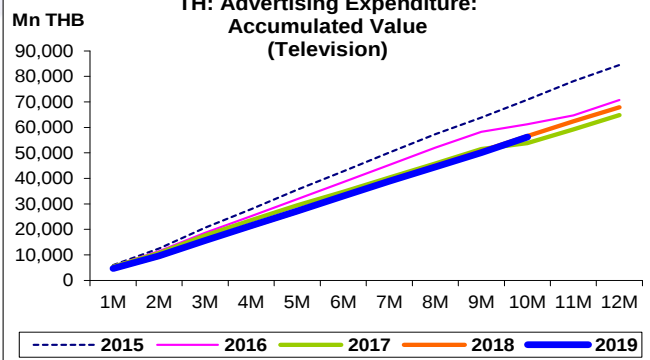
**TH: Advertising Expenditure:
Average Value
(Television)**

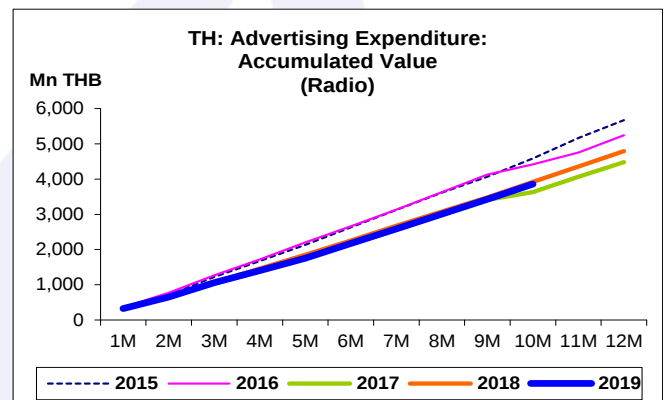
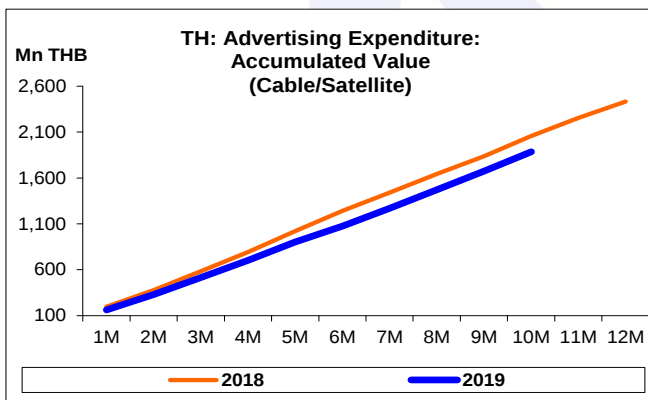
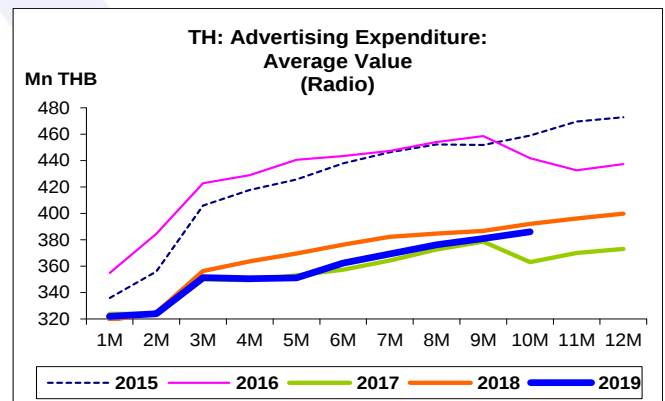
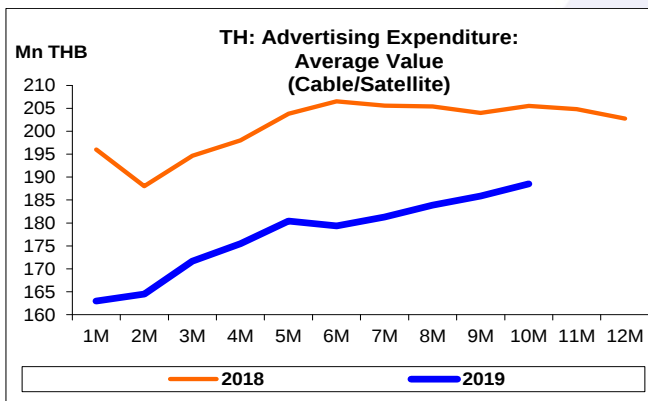
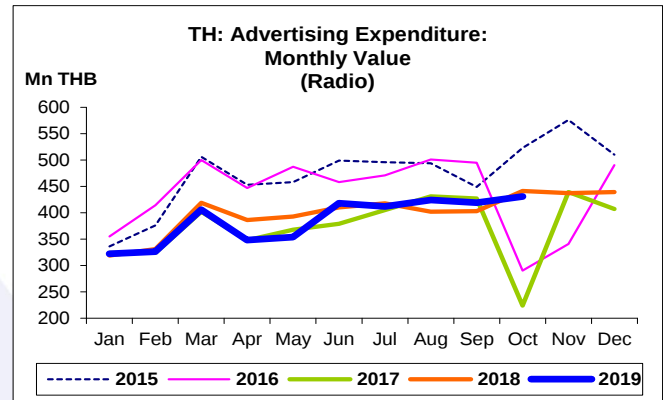
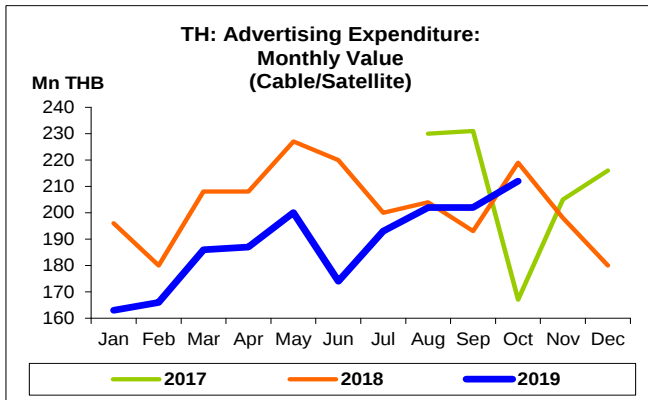


**TH: Advertising Expenditure:
Accumulated Value**

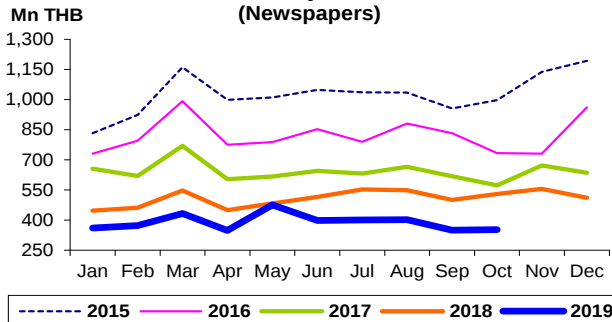


**TH: Advertising Expenditure:
Accumulated Value
(Television)**

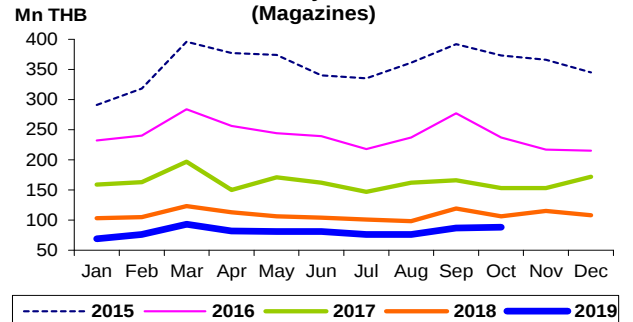




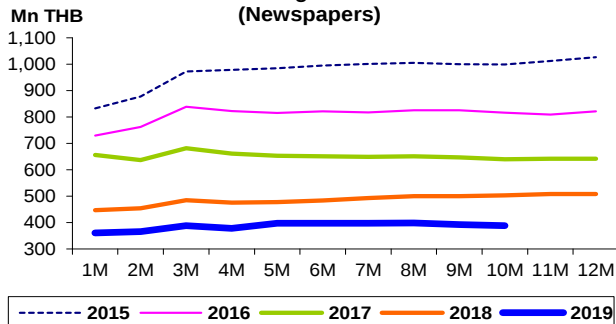
**TH: Advertising Expenditure:
Monthly Value
(Newspapers)**



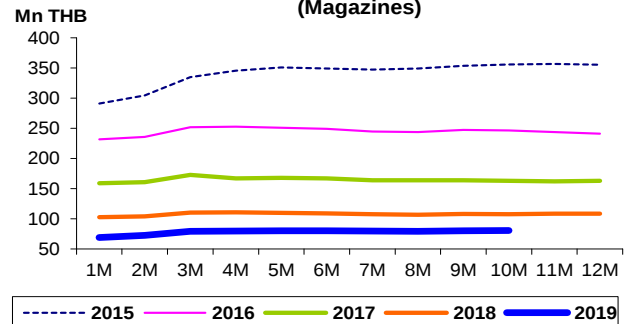
**TH: Advertising Expenditure:
Monthly Value
(Magazines)**



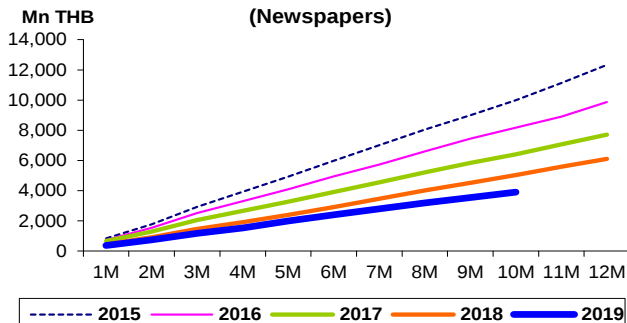
**TH: Advertising Expenditure:
Average Value
(Newspapers)**



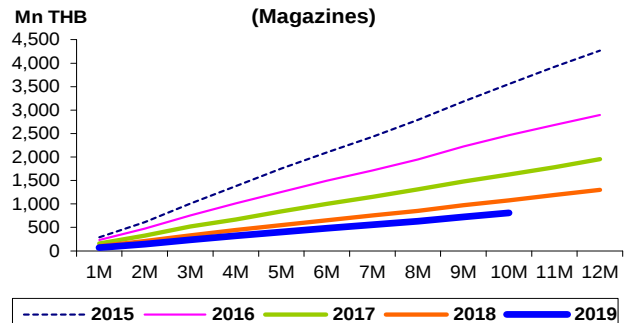
**TH: Advertising Expenditure:
Average Value
(Magazines)**

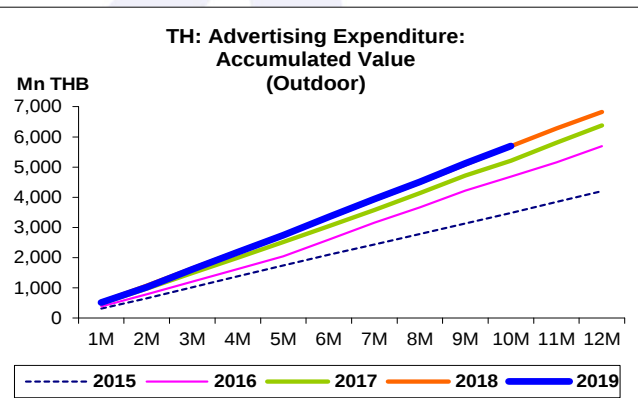
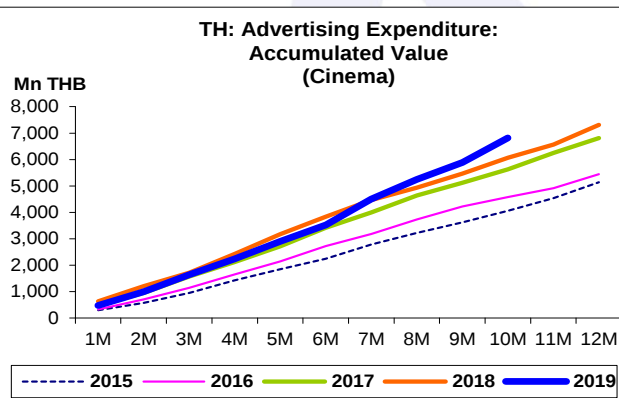
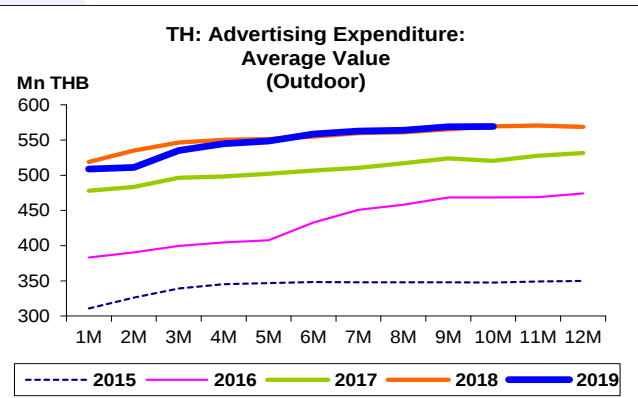
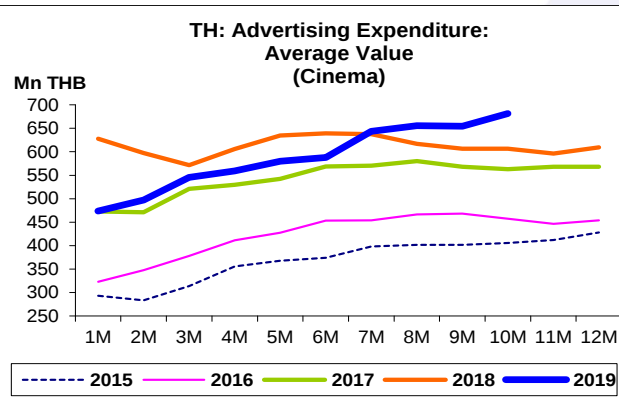
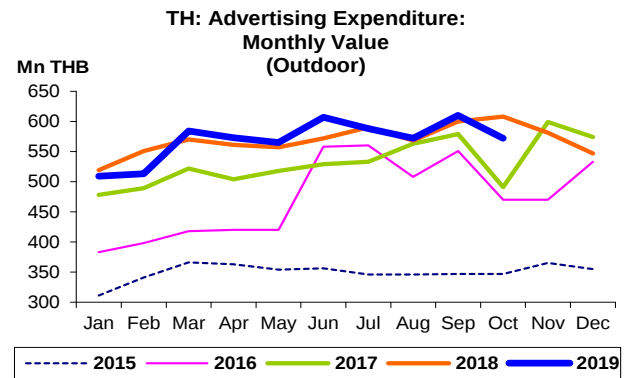
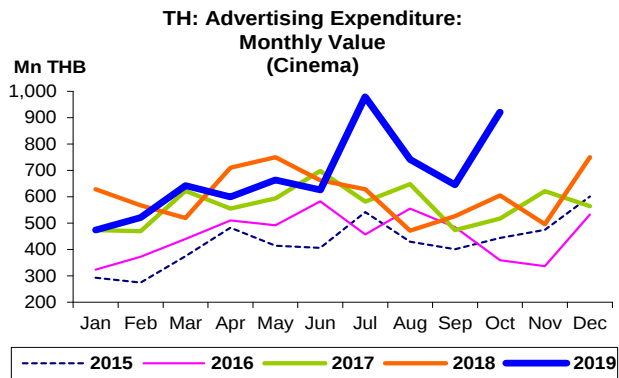


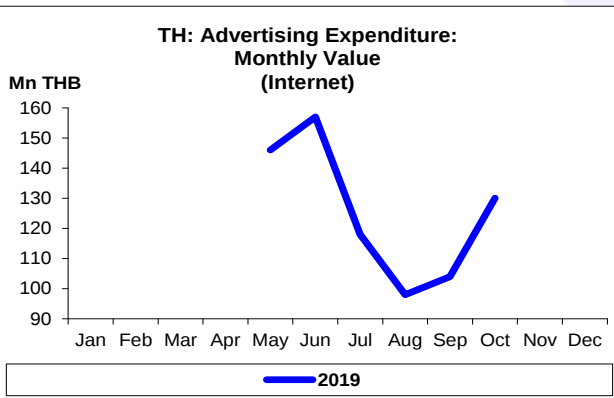
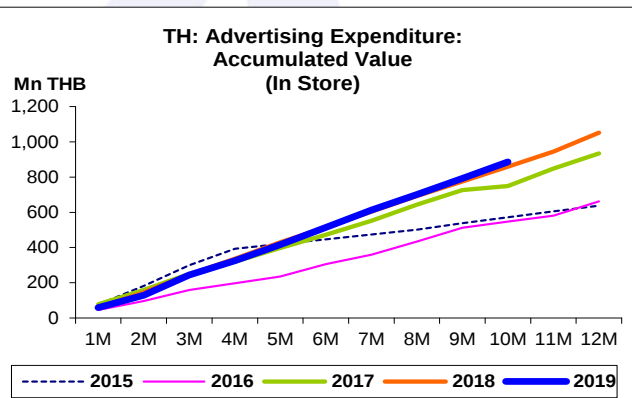
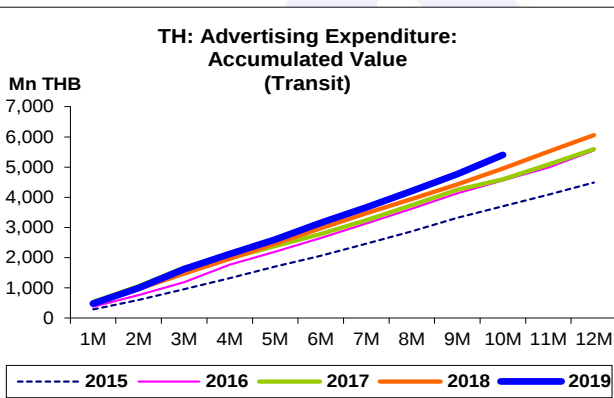
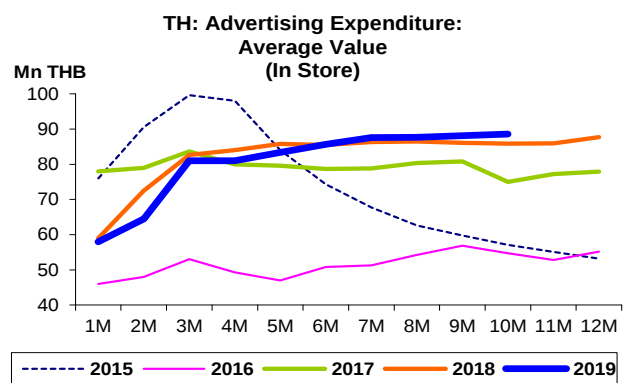
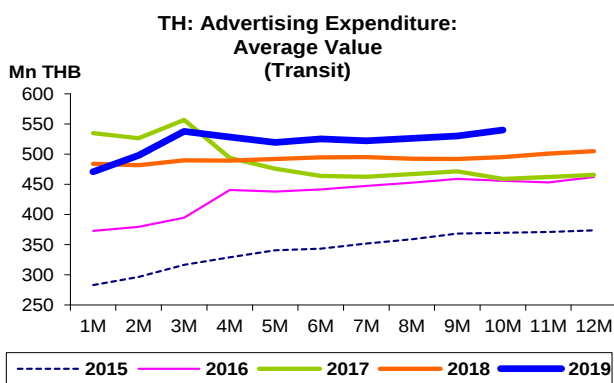
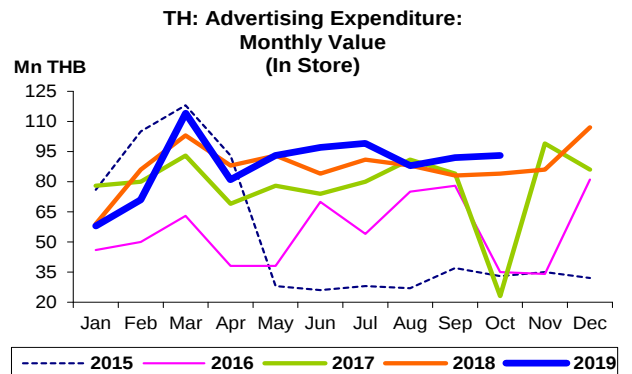
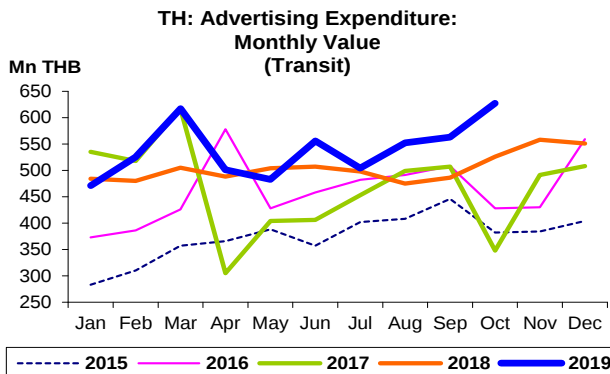
**TH: Advertising Expenditure:
Accumulated Value
(Newspapers)**



**TH: Advertising Expenditure:
Accumulated Value
(Magazines)**







การใช้งบประมาณ:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Advertising Expenditure							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	9,483	-17.9	90.3	11,551	มี.ค. 58	4,984	ด.ค. 60
Q3/62	26,657	-17.2	29.7	32,199	Q4/57	20,560	Q1/52
2561	105,415	-13.8	16.7	122,225	2558	90,343	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	9,483	-13.1	90.3	10,913	ด.ค. 57	4,984	ด.ค. 60
10M/62	86,626	-14.9	18.0	101,741	10M/58	73,412	10M/52
Q3/62	26,657	-13.7	15.8	30,893	Q3/57	23,011	Q3/52
Television							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	6,056	-26.0	152.0	8,184	มี.ค. 58	2,403	ด.ค. 60
Q3/62	17,060	-22.6	39.6	22,051	Q2/58	12,224	Q1/52
2561	67,924	-19.6	28.3	84,444	2558	52,934	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	6,056	-16.8	152.0	7,281	ด.ค. 57	2,403	ด.ค. 60
10M/62	56,183	-20.8	29.9	70,908	10M/58	43,237	10M/52
Q3/62	17,060	-19.4	27.7	21,162	Q3/58	13,361	Q3/52
Cable/Satellite							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	212	-8.2	30.1	231	ก.ย. 60	163	ม.ค. 62
Q3/62	597	-8.9	15.9	655	Q2/61	515	Q1/62
2561	2,433	-	131.9	2,433	2561	1,049	2560
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	212	-3.2	26.9	219	ด.ค. 61	167	ด.ค. 60
10M/62	1,885	-8.3	200.2	2,055	10M/61	628	10M/60
Q3/62	597	0.0	0.0	597	Q3/61	597	Q3/61
Radio							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	431	-27.3	92.4	593	พ.ย. 53	224	ด.ค. 60
Q3/62	1,255	-27.2	19.5	1,723	Q4/53	1,050	Q1/60
2561	4,798	-24.5	7.1	6,358	2555	4,478	2560
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	431	-24.9	92.4	574	ด.ค. 53	224	ด.ค. 60
10M/62	3,860	-26.3	6.3	5,238	10M/55	3,632	10M/60
Q3/62	1,255	-24.8	2.6	1,668	Q3/55	1,223	Q3/61

การใช้โฆษณา:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Newspapers							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	352	-76.9	1.1	1,524	พ.ย. 53	348	เม.ย. 62
Q3/62	1,152	-73.4	-	4,338	Q4/53	1,152	Q3/62
2561	6,099	-60.0	-	15,260	2556	6,099	2561
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	352	-73.7	-	1,336	ด.ค. 53	352	ด.ค. 62
10M/62	3,890	-68.6	-	12,401	10M/56	3,890	10M/62
Q3/62	1,152	-70.2	-	3,870	Q3/56	1,152	Q3/62
Magazines							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	88	-84.0	27.5	551	ก.ย. 54	69	ม.ค. 62
Q3/62	239	-85.2	0.4	1,616	Q4/53	238	Q1/62
2561	1,301	-77.7	-	5,822	2554	1,301	2561
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	88	-83.7	-	541	ด.ค. 53	88	ด.ค. 62
10M/62	809	-83.5	-	4,916	10M/54	809	10M/62
Q3/62	239	-84.8	-	1,574	Q3/54	239	Q3/62
Cinema							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	921	-5.9	252.9	979	ก.ค. 62	261	มี.ค. 57
Q3/62	2,365	-	151.3	2,365	Q3/62	941	Q1/58
2561	7,312	-7.5	50.6	7,906	2555	4,855	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	921	-	156.5	921	ด.ค. 62	359	ด.ค. 59
10M/62	6,812	-	82.5	6,812	10M/62	3,733	10M/52
Q3/62	2,365	-	99.9	2,365	Q3/62	1,183	Q3/57
Outdoor							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	572	-6.2	85.1	610	ก.ย. 62	309	ก.พ. 53
Q3/62	1,770	-	87.9	1,770	Q3/62	942	Q1/53
2561	6,824	-	77.3	6,824	2561	3,849	2553
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	572	-5.9	78.2	608	ด.ค. 61	321	ด.ค. 52
10M/62	5,693	-0.1	79.1	5,696	10M/61	3,178	10M/53
Q3/62	1,770	-	84.0	1,770	Q3/62	962	Q3/53

การใช้งบประมาณ:

จุดสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละช่วงเวลา ในระยะเวลา 11 ปี (ปี 2552-62)

Mn THB	ค่าปัจจุบัน	% จาก ค่าสูงสุด	% จาก ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	Date	ค่าต่ำสุด	Date
Transit							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	627	-	382.3	627	ด.ค. 62	130	ก.พ. 52
Q3/62	1,619	-3.1	280.0	1,670	Q1/60	426	Q4/52
2561	6,062	-	243.5	6,062	2561	1,765	2552
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	627	-	367.9	627	ด.ค. 62	134	ด.ค. 52
10M/62	5,399	-	266.5	5,399	10M/62	1,473	10M/52
Q3/62	1,619	-	263.0	1,619	Q3/62	446	Q3/52
In Store							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	93	-72.2	304.3	334	ส.ค. 55	23	ด.ค. 60
Q3/62	279	-68.4	203.3	883	Q3/55	92	Q3/58
2561	1,052	-61.5	64.9	2,733	2560	638	2558
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	93	-59.2	304.3	228	ด.ค. 57	23	ด.ค. 60
10M/62	886	-62.4	62.0	2,358	10M/55	547	10M/59
Q3/62	279	-68.4	203.3	883	Q3/55	92	Q3/58
Internet							
เทียบกับทุกช่วงเวลา							
ด.ค. 62	130	-17.2	32.7	157	มิ.ย. 62	98	ส.ค. 62
Q3/62	320	-	-	320	Q3/62	320	Q3/62
2561	-	-	-	-	-	-	-
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน							
ด.ค. 62	130	-	-	130	ด.ค. 62	130	ด.ค. 62
10M/62	-	-	-	-	-	-	-
Q3/62	320	-	-	320	Q3/62	320	Q3/62



ธนาคารกรุงเทพ
Bangkok Bank

Research Department

TH: Industry Report Advertising Expenditure

15 พฤศจิกายน 2562





ธนาคารกรุงเทพ
Bangkok Bank

Research Department

TH: Industry Report Advertising Expenditure

15 พฤศจิกายน 2562

