



ทำความเข้าใจ Digital Advertising ไทย



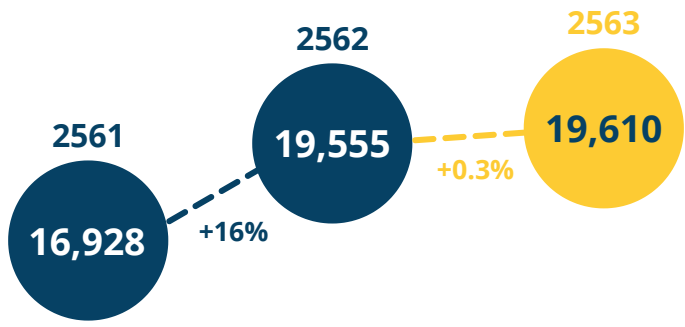
Digital Advertising หรือ โฆษณาดิจิทัล

คือการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น Social Media, Search Engine และ เว็บไซต์ เป็นต้น

อุตสาหกรรมโฆษณาดิจิทัลไทย ยังคงเติบโตได้ แต่ในอัตราที่น้อยลง

เนื่องจากแบรนด์ส่วนใหญ่ลดต้นทุน ในช่วงโควิด-19 โดยชะลอการใช้จ่ายด้านโฆษณา

มูลค่าอุตสาหกรรมโฆษณาดิจิทัล
ปี 2561 - 2563 (ล้านบาท)

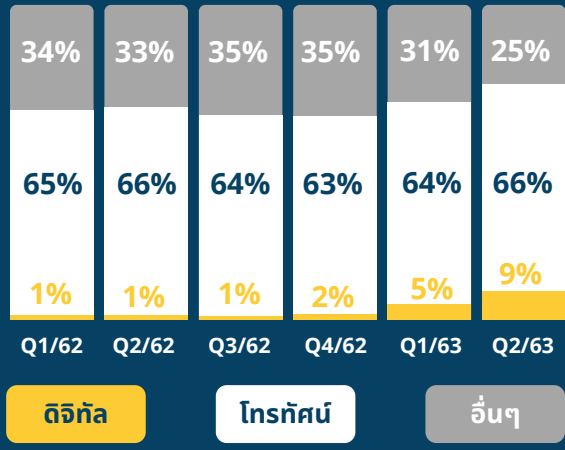


ที่มา: สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) และ บริษัท กันตาร์ (ประเทศไทย)

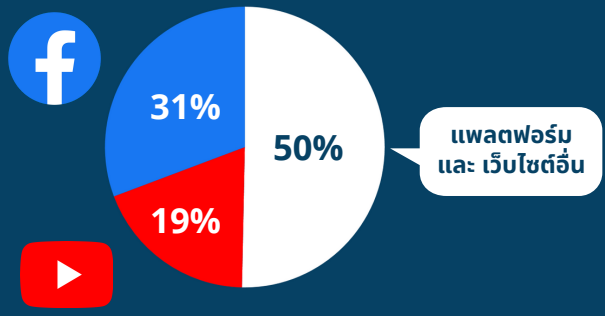
โฆษณาดิจิทัล ขยายตัวทดแทนสื่ออื่น

เช่น สิ่งพิมพ์ โรงภาพยนตร์ และ ป้ายโฆษณาริมทางหลวง เป็นต้น

สัดส่วนอุตสาหกรรมโฆษณาแยกตามประเภทสื่อ



Facebook และ YouTube เป็น แพลตฟอร์มที่มีมูลค่าการโฆษณาสูงสุด



5 อันดับของธุรกิจที่มีมูลค่า โฆษณาดิจิทัลสูงสุดในปี 2563 (ประมาณการ)

- 1 ยานยนต์ 2,577 ล้านบาท (13% ของมูลค่ารวม)
- 2 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว 1,880 ล้านบาท (10%)
- 3 เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ 1,643 ล้านบาท (8%)
- 4 ธุรกิจสื่อสาร 1,642 ล้านบาท (8%)
- 5 ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม 1,420 ล้านบาท (7%)

ที่มา: สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) และ บริษัท กันตาร์ (ประเทศไทย)

สาเหตุที่อุตสาหกรรมโฆษณาดิจิทัลเติบโต

- 1 ผู้ขายสินค้า / ให้บริการออนไลน์เพิ่มขึ้น
- 2 ผู้ใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น
- 3 ค่าโฆษณารับต่ำถูก ตอบโจทย์ผู้ค้ารายย่อย

การวัดมูลค่าอุตสาหกรรมโฆษณาดิจิทัลทำได้ยาก

เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการชำระเงินโดยตรงให้แพลตฟอร์มต่างประเทศที่ไม่ได้จดทะเบียนผู้ประกอบการภาคีมูลค่าเพิ่มในประเทศไทย

การจับเก็บภาคีมูลค่าเพิ่มจากผู้ให้บริการ e-Service

ช่วยให้ทราบมูลค่าของอุตสาหกรรมโฆษณาดิจิทัลชัดเจนขึ้น ทั้งยังสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ประกอบการไทยที่เสียภาษี