

Industry Analysis and Outlook

แนวโน้มธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์

18 กันยายน 2567

บทสรุป

- แนวโน้มใน 12 เดือนข้างหน้า รายได้ของธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์คาดว่าจะอ่อนตัวลง ตามการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจ และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่จำกัด ขณะที่ภาระต้นทุนการผลิต การขาย และการดำเนินงานยังอยู่ในระดับสูง ทำให้เป็นแรงกดดันต่อการทำกำไรของผู้ประกอบการต่อไป
- การแข่งขันในธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์มีแนวโน้มที่จะเข้มข้นมากขึ้น โดยการแข่งขันมุ่งเน้นการลดต้นทุนเพื่อฟันกำไร การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ง่ายขึ้น การผลิตเนื้อหาสื่อมีความหลากหลายมากขึ้น การสร้างรูปแบบธุรกิจครบวงจร และการจับมือเพื่อสร้างพันธมิตรธุรกิจร่วมกันของผู้ประกอบการ

โครงสร้างและห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

(Business Structure and Value Chain)



การแข่งขัน (Competition)

ทริสเรทติ้งมองว่าการแข่งขันที่น่าสนใจและน่าจับตามองในธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์มี 5 ด้าน ได้แก่ การแข่งขันลดต้นทุน ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในธุรกิจได้ง่ายขึ้น การผลิตเนื้อหาสื่อมีความหลากหลายมากขึ้น การปรับโครงสร้างธุรกิจให้เป็นสื่อครบวงจร และการจับมือสร้างพันธมิตรธุรกิจ

การแข่งขันมุ่งเน้นการลดต้นทุน เพื่อฟื้นกำไร

ธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์ของไทยพัฒนามาถึงจุดเปลี่ยน (Secular Change) ที่พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคมีการตอบสนองต่อการนำเสนอสื่อผ่านแพลตฟอร์มแบบออนไลน์อย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจึงต้องเพิ่มการลงทุนใหม่ในระบบออนไลน์ รวมถึงการลงทุนด้านผลิตเนื้อหาสื่อ และการนำเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์มาช่วยให้เกิดประสิทธิภาพ การแข่งขันจึงมุ่งเน้นในการควบคุมต้นทุนเพื่อฟื้นกำไร และนำมาซึ่งการลดจำนวนพนักงานเก่าที่เคยรองรับรูปแบบธุรกิจสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลแบบเดิมลงอย่างต่อเนื่อง

การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ง่ายขึ้น

ด้วยอัตราการเข้าถึงสื่อและโซเชียลมีเดียของคนไทยอยู่ในระดับสูง ผู้บริโภคจึงสามารถเข้าถึงตลาดได้ในหลากหลายช่องทาง ทั้งดิจิทัล ออนไลน์ และออฟไลน์ ด้วยโครงสร้างและห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจของธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์ที่กว้าง และความต้องการที่ยังเพิ่มขึ้นตามการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค กอปรกับการทำสื่อบนแพลตฟอร์มแบบออนไลน์และโซเชียลมีเดียที่ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาออกอากาศและมีต้นทุนต่ำ อุปสรรคในการเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้จึงลดลง และผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่ายขึ้น

การผลิตเนื้อหาสื่อมีความหลากหลายมากขึ้น

ในส่วนของการผลิตเนื้อหาสื่อ มีการปรับเปลี่ยนให้มีความหลากหลาย ทันต่อเหตุการณ์ สามารถตอบโจทย์ตามความต้องการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายยิ่งขึ้น โดยเนื้อหาจะมุ่งเน้นตลาดเฉพาะด้าน และเน้นวิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ เช่น ความงาม สุขภาพ ท่องเที่ยว อาหาร และกิจกรรมสันทนาการต่างๆ รวมถึง การทำละครซีรีส์และภาพยนตร์สำหรับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ และการให้บริการผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายและครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น

การปรับโครงสร้างธุรกิจให้เป็นสื่อครบวงจร

เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการแข่งขัน รวมทั้ง ลดแรงกดดันจากต้นทุนการจัดการและต้นทุนลิขสิทธิ์ที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการหลายรายมีการปรับโครงสร้างธุรกิจและควบรวมธุรกิจให้เป็นสื่อครบวงจร รวมทั้ง การใช้กลยุทธ์ผสมผสานสื่อ โดยบริษัทดำเนินธุรกิจในการผลิตเนื้อหาสื่อและการเผยแพร่เนื้อหาสื่อผ่านทางช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัล ช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อทำให้เกิดการเอื้อประโยชน์กันทางธุรกิจและประโยชน์ในการลดต้นทุน เช่น การปรับโครงสร้างธุรกิจของ AMARIN, GRAMMY, NATION และ WORKPOINT

การจับมือสร้างพันธมิตรธุรกิจ

เพื่อพัฒนาคุณภาพของเนื้อหาสื่อ จึงมีการจับมือสร้างพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ เพื่อเอื้อประโยชน์ในการใช้ความชำนาญของผู้ประกอบการในการร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ เช่น MAJOR ร่วมลงทุนผลิตภาพยนตร์กับ WORKPOINT กับสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และกับช่อง 7 รวมทั้งร่วมลงทุนในบริษัทผลิตภาพยนตร์เพื่อสร้างภาพยนตร์ที่มีคุณภาพสำหรับรองรับตลาดทั้งในและนอกประเทศ

ผลประกอบการของธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์ (Group Performance)

หน่วย: ล้านบาท	2564	2565	2566	1H66	1H67
รายได้รวม	43,192	54,233	59,254	28,085	26,792
อัตราเติบโต (%)	-1.15%	25.56%	9.26%	250.72%	-4.60%
ต้นทุนขายและบริการ	27,975	36,292	40,522	19,086	18,104
อัตราเติบโต (%)	513.32%	29.73%	11.66%	242.42%	-5.15%
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	14,751	16,708	14,782	7,672	6,805
อัตราเติบโต (%)	16.75%	13.27%	-11.53%	154.43%	-11.30%
รายได้สุทธิ	6,834	3,572	299	1,197	775
อัตราเติบโต (%)	-543.64%	-47.73%	-91.64%	285.51%	-35.31%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	15.82	6.59	0.50	2.13	1.45
อัตราส่วนเงินทุนจากการดำเนินงานต่อหนี้สิน (%)	32.38	35.16	38.68	46.98	44.95
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.39	0.40	0.32	0.30	0.25

ที่มา: ข้อมูลบริษัท และ ทริสเรตติ้ง (อัตรการเติบโตเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว)

*ข้อมูล 1H66 และ 1H67 ไม่รวม JKN และ POST

แนวโน้มรายได้ลดลง: รายได้รวมของผู้ประกอบการสื่อและสิ่งพิมพ์ในครึ่งแรกของปี 2567 (1H67) ปรับตัวลดลง 4.60% จากปีก่อนหน้า โดยรายได้รวมของผู้ประกอบการสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลและสำนักพิมพ์ลดลง 12.16% และ 7.85% ตามลำดับ ในขณะที่รายได้รวมของผู้ประกอบการสื่อโฆษณาออกบ้านอย่างเช่น PLANB และ VGI ยังคงเติบโตที่ 5.47% ซึ่งเป็นการเติบโตที่ต่อเนื่องจากปี 2566 และมีแนวโน้มที่จะดีต่อไปในช่วงครึ่งหลังของปี 2567



สำหรับผู้ประกอบการสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลกลับมามีรายได้โฆษณาและขายช่วงเวลาโฆษณาที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในครึ่งแรกของปี 2567 ปรับตัวลดลง 5.6% จากปีก่อนหน้า เนื่องจากลูกค้าที่ต้องการใช้สื่อโฆษณามีทางเลือกในการใช้สื่อโฆษณาบนแพลตฟอร์มแบบออนไลน์และโซเชียลมีเดียที่มีต้นทุนต่ำกว่าและเข้าถึงได้ง่ายกว่า

ต้นทุนยังอยู่ในระดับสูง ทำให้กำไรลดลง: ด้วยต้นทุนขายและบริการของธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์ที่ยังอยู่ในระดับสูงมาตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นมา ทำให้กำไรสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2564 ถึงปี 2566 ในช่วง 1H67 แม้ต้นทุนขายและบริการเริ่มปรับลดลง 5.15% แต่กำไรสุทธิยังลดลง 35% จากปีก่อนหน้า แรงกดดันจากต้นทุนจัดการและต้นทุนลิขสิทธิ์ที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องลดจำนวนพนักงานลงอย่างต่อเนื่องและหันมาลงทุนในระบบทีวีออนไลน์มากขึ้น

สภาพคล่องและการก่อหนี้ยังทรงตัว: อัตรการก่อหนี้ของผู้ประกอบการสื่อและสิ่งพิมพ์มีระดับไม่สูงนัก โดยมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.3 ถึง 0.4 เท่าในช่วงปี 2564 ถึงปี 2566 ขณะที่อัตราส่วนลดลงมาอยู่ที่ระดับ 0.25 เท่าในช่วง 1H67 ในด้านสภาพคล่องของผู้ประกอบการสื่อและสิ่งพิมพ์นั้น ยังอยู่ในระดับสูง โดยอัตราส่วนเงินทุนจากการดำเนินงานต่อหนี้สินอยู่ในระดับเฉลี่ยประมาณ 35% ในช่วงปี 2564 ถึงปี 2566 และมีแนวโน้มทรงตัวในปี 2567

แนวโน้มใน 12 เดือนข้างหน้า: กำไรอ่อนตัว

ข้อจำกัดจากปัจจัยแวดล้อมที่ไม่เอื้อต่อการเติบโต: เศรษฐกิจไทยที่ฟื้นตัวช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคถดถอยลงตั้งแต่ไตรมาส 1 จึงไม่เอื้อต่อการขยายตัวของธุรกิจในปี 2567 โดยเฉพาะ สื่อโทรทัศน์ดิจิทัลที่ได้รับผลกระทบจากการแข่งขันจากสื่อออนไลน์ รวมทั้ง การให้พนักงานกลับไปทำงานตามปกติของหลายภาคส่วนเป็นการจำกัดเวลาในการรับสื่อผ่านโทรทัศน์ที่บ้าน จึงสร้างแรงกดดันให้รายได้ของโทรทัศน์ดิจิทัลไม่ขยายตัวเท่ากับในปี 2565 และปี 2566

รายได้และกำไรยังมีแนวโน้มอ่อนตัวลง: รายได้และกำไรของธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์คาดว่าจะอ่อนตัวลงต่อไป ตามการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจและการหดตัวด้านกำลังซื้อของผู้บริโภค ในขณะที่ต้นทุนการผลิตและบริการลดลงได้ไม่มากและต้องลงทุนในระบบใหม่ จึงทำให้ความสามารถในการทำกำไรไม่สามารถฟื้นตัวได้ดีในอนาคต

รายได้โฆษณาของโทรทัศน์ดิจิทัลยังมีแนวโน้มลดลง: การเติบโตของสื่อโฆษณาออนไลน์ที่เข้ามาแข่งขันกับโทรทัศน์ดิจิทัล รวมทั้ง ทางเลือกในการทำกิจกรรม ณ จุดขาย หรือการจัดอีเวนต์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้น เป็นปัจจัยที่ยังทำให้รายได้โฆษณาของโทรทัศน์ดิจิทัลมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องในครึ่งหลังของปี 2567

ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factors)

ธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์เผชิญความเสี่ยงหลัก ได้แก่



ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ

การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศลดลง ทริสเรตติ้ง คาดการณ์การเติบโตของ GDP ที่แท้จริงที่ 2.6% ในปี 2567 โดยมีการบริโภคภาคเอกชนและการฟื้นตัวของส่งออกเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลัก และมีปัจจัยหนุนจากการฟื้นตัวของส่งออกในภาคบริการอื่นเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่สูงขึ้น

การแข่งขันผ่านช่องทางออนไลน์ ที่เข้าถึงง่ายและต้นทุนต่ำ ทำให้เกิด Digital disruption ที่กระทบต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลโดยตรง ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์และโครงสร้างธุรกิจเพื่อตั้งรับกับภาวะการแข่งขัน ขณะเดียวกัน สื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อดั้งเดิมยังคงได้รับผลกระทบจากการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์ จึงถดถอยลงอย่างมาก โดยล่าสุด POST มีการเพิกถอนจากการจัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์



ความเสี่ยงจากการหมดอายุใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล

ในขณะที่ใบอนุญาตประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลจะหมดอายุทุกช่องในปี 2572 ผู้ประกอบการจึงมีความเสี่ยง เนื่องจากยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจนว่าจะมีการเปิดประมูลใหม่ หรือต่ออายุสัญญา หรือมีแผนนโยบายอย่างไร ทั้งนี้ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กำลังทำการศึกษาแนวทาง ประเมินสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลและรับข้อเสนอแนะเพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจวางนโยบายต่อไป



ความเสี่ยงด้านกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือ PDPA พระราชบัญญัติ

คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เริ่มบังคับใช้อย่างเต็มรูปแบบเมื่อวันที่ 1 มิ.ย. 2565 ซึ่งกระทบต่อการนำเสนอเนื้อหาข่าวของผู้ประกอบการสื่อที่อาจสุ่มเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ทำให้การผลิตเนื้อหาสื่อต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ และมีแนวปฏิบัติในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาสื่อที่ปฏิบัติเป็นมาตรฐานร่วมกันและสอดคล้องกับกฎหมาย

บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด

อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 24 191 ถ. สีลม กรุงเทพฯ 10500 โทร. 02-0983000

© บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด สงวนลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2567 ห้ามมิให้บุคคลใด ใช้ เปิด เผย ทำสำเนาเผยแพร่ แลกจ่าย หรือเก็บไว้เพื่อใช้ในภายหลังเพื่อประโยชน์ใดๆ ซึ่งรายงานหรือข้อมูลการจัดอันดับเครดิต ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน และไม่ในรูปแบบ หรือลักษณะใดๆ โดยที่ยังไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ก่อน การจัดอันดับเครดิตไม่มีค่าใช้จ่ายหรือค่าประเมินแนะให้สื่อ ขยาย หรือถือตราสารหนี้ใดๆ แต่เป็นเพียงความเห็นเกี่ยวกับความเสี่ยงหรือความน่าเชื่อถือของตราสารหนี้นั้นๆ หรือของบริษัทนั้นๆ โดยเฉพาะ ความเห็นที่ระบุในการจัดอันดับเครดิตนี้มีได้เป็นคำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุน หรือคำแนะนำในลักษณะอื่นใด การจัดอันดับและข้อมูลที่ปรากฏในรายงานใดๆ ที่จัดทำ หรือพิมพ์เผยแพร่โดย บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ได้จัดทำขึ้นโดยมิได้คำนึงถึงความต้องการด้านการเงิน พฤติการณ์ ความรู้ และวัตถุประสงค์ของผู้รับข้อมูลรายใดรายหนึ่ง ดังนั้น ผู้รับข้อมูลควรประเมินความเหมาะสมของข้อมูลดังกล่าวของตนสืบเอง บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด ได้รับข้อมูลที่ใช้สำหรับการจัดอันดับเครดิตนี้จากบริษัทและแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เชื่อว่าเชื่อถือได้ ดังนั้น บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด จึงไม่รับประกันความถูกต้อง ความเพียงพอ หรือความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลใดๆ ดังกล่าว และจะไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสีย หรือความเสียหายใดๆ อันเกิดจากความไม่ถูกต้อง ความไม่เพียงพอ หรือความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์นั้น และจะไม่รับผิดชอบต่อข้อผิดพลาด หรือการละเว้นผลที่ได้รับหรือการกระทำใดๆ โดยอาศัยข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้ รายละเอียดของวิธีการจัดอันดับเครดิตของ บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด เผยแพร่อยู่บน Website: www.trisrating.com/th/rating-information/rating-criteria