

โทรทัศน์แข่งขันหนักรับศึกฟุตบอลยูโรผนวกโอลิมปิก 2012

เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทโทรทัศน์ เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่นับว่ามีความเคลื่อนไหวที่โดดเด่นที่สุดในช่วงมหกรรมกีฬาระดับโลก เห็นได้ว่าในช่วงที่ใกล้ถึงการแข่งขันมหกรรมกีฬาระดับโลก บริษัทผู้ผลิตโทรทัศน์ต่างเร่งทำการตลาดกระตุ้นยอดขายโทรทัศน์กันอย่างเข้มข้นทั่วโลก ซึ่งรวมถึงในประเทศไทย สำหรับในปี 2555 นี้ จะมีมหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่ระดับโลกถึง 2 มหกรรมด้วยกัน ได้แก่ มหกรรมฟุตบอลยูโร 2012 หรือ “UEFA Euro 2012” ระหว่างวันที่ 8 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2555 ซึ่งเป็นการแข่งขันฟุตบอลที่นับได้ว่าเป็นที่นิยมในหลายประเทศทั่วโลก รองจากฟุตบอลโลก และการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก “The 2012 Olympic Games” ที่มีขึ้นในวันที่ 27 กรกฎาคม – 12 สิงหาคม 2555 จึงเป็นจังหวะเหมาะที่จะออกแคมเปญการตลาดและสร้างสีสัน เพื่อเร่งกระตุ้นการตัดสินใจซื้อโทรทัศน์ กลุ่มโฮมเธียเตอร์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

ตลาดโทรทัศน์ในประเทศไทยปี 2555 คาดเติบโตร้อยละ 29.5-45.5 : บริษัทผู้ผลิตโทรทัศน์และร้านค้ากระตุ้นโฆษณารับฟุตบอลยูโรและโอลิมปิกเกมส์

ตลาดโทรทัศน์ทั่วโลกในช่วงไตรมาสแรก ของปี 2555 ที่ผ่านมา ต้องเผชิญกับยอดขายที่ชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง จากรายงานของบริษัทวิจัยชั้นนำของโลก พบว่า ยอดขายโทรทัศน์ในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ หดตัวลงประมาณร้อยละ 8.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือ ประมาณ 51.2 ล้านเครื่อง

ขณะที่ตลาดในประเทศไทยได้สะท้อนภาพที่สอดคล้องกันกับยอดขายทั่วโลก โดยปริมาณการจำหน่ายโทรทัศน์ในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้หดตัวลงค่อนข้างแรง เห็นได้จากรายงานของสถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ยอดจำหน่ายโทรทัศน์ประเทศในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2555 ที่ผ่านมา มีประมาณ 272,000 เครื่อง หดตัวร้อยละ 25.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งการหดตัวของยอดจำหน่ายโทรทัศน์นั้นมีสาเหตุสำคัญมาจากในช่วงไตรมาสแรกที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยกำลังอยู่ในระหว่างการฟื้นฟูจากเหตุการณ์น้ำท่วมเมื่อปลายปี 2554 ที่ผ่านมา และผู้บริโภคบางกลุ่มที่ได้รับผลกระทบหนักจากน้ำท่วมก็ต้องใช้เงินในการเร่งซ่อมแซมที่อยู่อาศัย อีกทั้งภาวะรายจ่ายในชีวิตประจำวันได้ปรับตัวสูงขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยในประเทศ ซึ่งรวมถึงการซื้อสินค้าคงทนอย่างโทรทัศน์

นอกจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อยอดขายโทรทัศน์ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2555 ที่ผ่านมาแล้ว ยังมีผลมาจากปัญหาน้ำท่วมหนักในปีที่ผ่านมา ที่มีผลต่อคลังสินค้าได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม และรวมถึงร้านค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าหลายแห่งได้รับความเสียหาย ทำให้สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าหลายประเภทซึ่งรวมถึงโทรทัศน์ขาดตลาดชั่วคราว

อย่างไรก็ดี ตลาดโทรทัศน์ในประเทศในช่วงที่เหลือของปี 2555 นี้ น่าจะได้รับแรงหนุนจากมหกรรมกีฬาระดับโลก ได้แก่ ฟุตบอลยูโร “UEFA Euro 2012” ซึ่งเป็นการแข่งขันฟุตบอลที่นับได้ว่าเป็นที่นิยมในหลายประเทศทั่วโลก รองจากฟุตบอลโลก จากสถิติของ UEFA พบว่า มีคนดูฟุตบอลในแต่ละนัดผ่านโทรทัศน์ในศึกฟุตบอลยูโร เมื่อปี 2008 (พ.ศ. 2551) ที่ผ่านมา ประมาณ 115 ล้านคนทั่วโลก ขณะที่ประเทศไทยคาดว่าจะมีจำนวนผู้รับชมฟุตบอลยูโรผ่านโทรทัศน์ในการแข่งขันที่ผ่านมาประมาณ 22.5 ล้านคน และแรงหนุนจากการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก “The 2012 Olympic Games” (จากสถิติของ The International Olympic Committee พบว่า มีคนดูกีฬาในแต่ละนัดผ่านโทรทัศน์ในกีฬาโอลิมปิก เมื่อปี 2008 (พ.ศ. 2551) ที่ผ่านมา ประมาณ 4.3 พันล้านคนทั่วโลก)

ทั้งนี้ ในช่วงก่อนการแข่งขันและระหว่างการแข่งขัน บริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้ออกแคมเปญการตลาด เพื่อเร่งยอดขายโทรทัศน์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เกี่ยวข้องเนื่องในการรับชมกีฬา เช่น โสมเบียเตอร์ เครื่องบันทึกดีวีดี (DVD Recorder) เครื่องบันทึกบลู เรย์ (Blu-ray Recorder) เป็นต้น ขณะเดียวกันผู้ประกอบการตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทยต่างได้ออกแคมเปญการตลาด เพื่อเร่งการตัดสินใจซื้อโทรทัศน์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง และกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะซื้อโทรทัศน์รุ่นใหม่ โดยมีการออกแคมเปญร่วมกับพันธมิตรต่างๆ อาทิ ซื้อโทรทัศน์รุ่นที่กำหนดรับกล่องรับสัญญาณดาวเทียมที่ถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลยูโร การทำแคมเปญร่วมกับบัตรเครดิต โดยให้ผู้ซื้อสามารถผ่อนชำระสินค้านาน 6 เดือนแบบปลอดดอกเบี้ยหรือคิดอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยปกติ และการจัดแคมเปญลดราคาโทรทัศน์ เป็นต้น อีกทั้งราคาโทรทัศน์ในปัจจุบัน (รุ่น LCD) นั้น ค่อนข้างต่ำ โดยเริ่มต้นที่ประมาณ 9,000 กว่าบาท ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถที่จะซื้อได้

นอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ายังได้ใช้โอกาสนี้ในการนำเสนอโทรทัศน์รุ่นใหม่ๆ ออกมาแข่งขันทำตลาดกันอย่างเข้มข้นในช่วงนี้ เพื่อสร้างยอดขายทดแทนที่หายไปในช่วงไตรมาสแรกของปีที่ผ่านมา เช่น สมาร์ททีวี (Smart TV) (ที่นำอินเทอร์เน็ตมาไว้ที่โทรทัศน์ เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีระหว่างคอมพิวเตอร์และโทรทัศน์เข้าด้วยกัน) โทรทัศน์ระบบ 3 มิติ (3D TV) และโทรทัศน์ระบบ HDTV (เป็นโทรทัศน์ที่มีความละเอียดสูงที่ใช้ในการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ (broadcasters) มากกว่าการถ่ายทอดสัญญาณในปัจจุบัน) เป็นต้น

ทั้งนี้ จากมหกรรมกีฬาระดับโลกทั้ง 2 รายการนี้ คาดว่าจะเป็นปัจจัยหนุนตลาดโทรทัศน์ ในปี 2555 นี้ ได้พอสมควร โดยคาดว่าปริมาณยอดขายโทรทัศน์ในประเทศในปี 2555 นี้ น่าจะมีจำนวนประมาณ 1.8-2.0 ล้านเครื่อง หรือมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 31,850-35,800 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 29.5-45.5 เมื่อเทียบกับที่หดตัวประมาณร้อยละ 28.5 ในปี 2554 ที่ผ่านมา (ในช่วงครึ่งหลังของปี 2554 ที่ผ่านมา ตลาดโทรทัศน์หดตัวประมาณร้อยละ 25.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อันเนื่องมาจากวิกฤติน้ำท่วมรุนแรงส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการซื้อขาย)

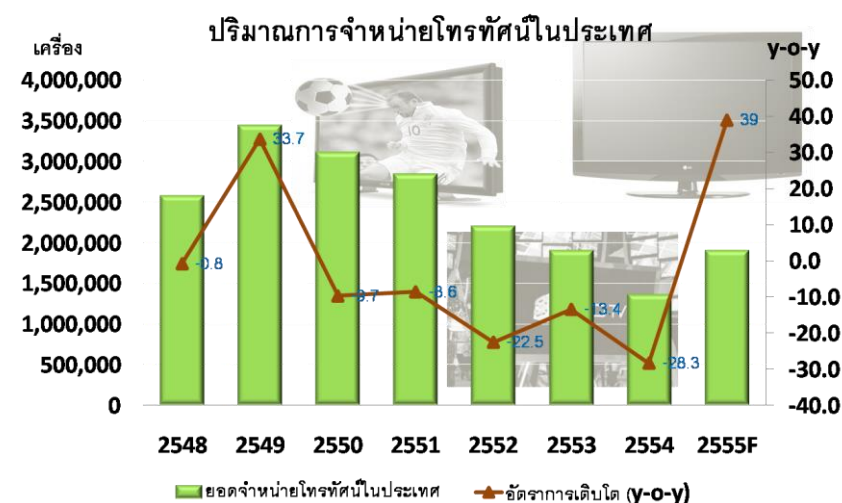
ทั้งนี้ นอกจากแรงหนุนจากมหกรรมกีฬาระดับโลกแล้ว ตลาดโทรทัศน์ในประเทศปีนี้ น่าจะได้รับปัจจัยบวกจากการที่ทาง

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีการประกาศแผนการดำเนินงาน ที่จะเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกไปสู่ทีวีดิจิทัล ตั้งแต่ปี 2555-2559 ซึ่งจะมีการยุติการเผยแพร่ภาพระบบอนาล็อกใน

เดือนมกราคม 2558 โดยคาดว่าในประมาณไตรมาส 2 ของปี 2555 จะสามารถทดลองออกอากาศส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ก่อนจะเปลี่ยนผ่านการส่งสัญญาณระบบอนาล็อกทั้งประเทศ ตามแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่และแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยทาง กสทช. ได้ตั้งเป้าว่าจะมีครัวเรือนในเมืองใหญ่สามารถรับชมระบบโทรทัศน์ดิจิทัลร้อยละ 80 ทั้งนี้ ในปัจจุบันเริ่มมีการออกอากาศผ่านทีวีระบบดิจิทัล เช่น ทีวีดาวเทียม ที่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งช่วยให้ตลาดโทรทัศน์มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากแล้ว อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนถ่ายจากทีวีอนาล็อกไปสู่ทีวีดิจิทัล น่าจะเป็นจุดที่ทำให้ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการที่จะช่วยกระตุ้นตลาดโทรทัศน์รุ่นใหม่ ๆ ได้ดีในปีนี้ และต่อไปในระยะอีก 2-3 ปีข้างหน้า

โดยสรุป

กระแสมหกรรมกีฬาระดับโลก 2 รายการ ได้แก่ ฟุตบอลยูโร “UEFA Euro 2012” และ The 2012 Olympic Games ได้ปลุกตลาดโทรทัศน์ให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง ซึ่งตั้งแต่ต้นปี 2555 ที่ผ่านมา ตลาด



ที่มา: สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ปริมาณการจำหน่ายโทรทัศน์ปี 2555 โดย ศูนย์วิจัยกิจการไทย

โทรทัศน์เผชิญกับปัจจัยลบหลายประการ โดยเฉพาะกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากภาวะค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรทัศน์

อย่างไรก็ดี ในช่วงปลายไตรมาส 2 จนถึงต้นไตรมาส 3 ของปี 2555 นี้ ตลาดโทรทัศน์น่าจะได้รับแรงหนุนจากมหกรรมกีฬาระดับโลกทั้ง 2 รายการ ที่จะเข้ามาช่วยเร่งการตัดสินใจซื้อโทรทัศน์ของผู้บริโภค ในช่วงนี้ อีกทั้งการตัดสินใจซื้อโทรทัศน์ยังได้รับแรงหนุนการทำตลาดของผู้ประกอบการเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่หันมาเร่งทำการตลาดกระตุ้นยอดขาย โดยผ่านแรงจูงใจ อาทิ ซื้อโทรทัศน์แถมกล่องรับสัญญาณถ่ายทอดฟุตบอลยูโร 2012 การจัดแคมเปญร่วมกับบัตรเครดิต และการจัดแคมเปญลดราคาโทรทัศน์ เป็นต้น ทำให้ยอดขายโทรทัศน์ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือน กรกฎาคม 2555 นี้ น่าจะเติบโตดีขึ้น โดยเฉพาะในช่วงของการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2012 ที่คาดว่าจะกระตุ้นยอดขายโทรทัศน์ได้ดีกว่า ขณะเดียวกันในช่วงครึ่งหลังของทุกปีจะเป็นช่วงปกติที่มีกิจกรรมการซื้อขายโทรทัศน์ค่อนข้างคึกคัก ดังนั้นคาดว่ากิจกรรมการซื้อโทรทัศน์น่าจะกลับมาเติบโตดีขึ้น

กลุ่มโทรทัศน์ที่ขายดี น่าจะยังคงเป็นโทรทัศน์ระบบแอลซีดี (LCD) เนื่องจากปัจจุบันราคาโทรทัศน์แอลซีดีมีราคาที่ถูกลง โดยระดับราคาเริ่มต้นที่ประมาณ 9,000 บาท จึงเป็นที่น่าสนใจของลูกค้าที่จะเปลี่ยนโทรทัศน์ขณะนี้ ขณะที่กลุ่มโทรทัศน์ระบบแอลอีดี (LED) น่าจะเริ่มมีส่วนแบ่งทางตลาดเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันราคาเริ่มถูกลง โดยราคาโทรทัศน์แอลอีดีจะแพงกว่าโทรทัศน์แอลซีดีอยู่ประมาณ 2 เท่า จากการที่ราคาขายปรับลดลงทำให้ความนิยมในการซื้อโทรทัศน์ที่มีจอขนาดใหญ่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภค นอกจากนี้ เครื่องใช้ไฟฟ้าในกลุ่มที่เกี่ยวข้อง เช่น โฮมเธียเตอร์ เครื่องเสียง และเครื่องบันทึกภาพ น่าจะเติบโตตามตลาดโทรทัศน์เช่นกัน สำหรับภาพรวมของการแข่งขันในตลาดโทรทัศน์จะเป็นการแข่งขันระหว่างโทรทัศน์แบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยเฉพาะการเร่งทำตลาดของค่ายโทรทัศน์แบรนด์จากญี่ปุ่น ที่คงต้องใช้จังหวะนี้ช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดให้ได้มากที่สุด



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใดหรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น