

ttb analytics คาดธุรกิจบริการดิจิทัลปี 2566 โตแตะ 5.6 แสนล้านบาท แรงหนุนจากกระแสบริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล แนะธุรกิจปรับตัวนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้ตรงตามความต้องการส่วนบุคคล

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี หรือ ttb analytics ประเมินธุรกิจบริการดิจิทัลในปี 2566 มีมูลค่าถึง 5.6 แสนล้านบาทเติบโตกว่า 20% จากพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นออนไลน์มากขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19 เร่งให้เกิดการเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัลเร็วมากขึ้นและมีการแข่งขันที่สูงขึ้น แนะธุรกิจปรับตัวนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น AI มาประยุกต์ใช้ และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจการบริการให้ครบวงจร

ปัจจุบันธุรกิจบริการดิจิทัล (Digital Services) เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนและเป็นขั้นตอนกระบวนการสำคัญของภาคธุรกิจมากขึ้นอย่างชัดเจน ไม่เพียงเป็นประโยชน์ในด้านการสื่อสาร แต่ยิ่งกลายเป็นเครื่องมือที่ใช้เชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก โดยในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ธุรกิจบริการดิจิทัลในประเทศมีรายได้เติบโตต่อเนื่อง ผลจากการปรับตัวของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ปัจจุบันธุรกิจบริการดิจิทัลของไทยในรูปแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล รองรับธุรกรรมออนไลน์ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ตั้งแต่การทำธุรกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันผ่านระบบออนไลน์ โดยในปี 2564 มีธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ 1.บริการสื่อบันเทิงออนไลน์ (Online Media) มูลค่าตลาด 1.3 แสนล้านบาท หรือสัดส่วน 38% 2. บริการขนส่ง E-Logistics มูลค่าตลาด 9 หมื่นล้านบาท สัดส่วน 26% 3.บริการซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E-Retail หรือที่รู้จักคือ E-Commerce) มีมูลค่าตลาด 5.9 หมื่นล้านบาท สัดส่วนรายได้อยู่ที่ 17% และ 4. บริการอื่น ๆ มีมูลค่า 6.5 หมื่นล้านบาท สัดส่วน 19% เช่น บริการด้านการศึกษาออนไลน์ และบริการด้านสาธารณสุข/สุขภาพออนไลน์ (E-Health)

โดยสถานการณ์โควิด-19 ในช่วงปี 2563-2564 ถือเป็นช่วงที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค ช่วยผลักดันบริการดิจิทัลในภาพรวมเติบโตกว่า 36% จากการทำผู้ประกอบการนำกลยุทธ์ Digital Transformation มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเต็มตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ต่างพึ่งพาการทำธุรกรรมต่าง ๆ ทางออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับตัวและมีความคุ้นเคยกับการใช้บริการธุรกิจบริการดิจิทัลจนถึงปัจจุบัน โดยในปี 2565 คนไทยมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 3.4% ทำให้ปัจจุบันระดับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 78% ของประชากรทั้งหมด อีกทั้งยังมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันถึงกว่า 9 ชั่วโมง สูงเป็นอันดับ 7 ของโลกที่มีค่าเฉลี่ยราว 7 ชั่วโมงต่อวัน

ปัจจุบันธุรกิจบริการดิจิทัลที่มีรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าเป็นหลัก มีอัตราการเติบโตของรายได้นั้นมากกว่ากลุ่มที่ทำธุรกิจบนแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลอื่น ๆ กว่า 2 เท่า โดยพบว่าธุรกิจบริการดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายมีการเติบโตต่อเนื่อง เช่น ธุรกิจ E-Logistics และ E-Retail ที่เติบโตได้ 58% และ 44% ในปี 2564 ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานมีการซื้อสินค้าและการใช้บริการออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ส่วนธุรกิจบริการดิจิทัลที่มีรายได้มาจากแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลอื่น ๆ พบว่ามีอัตราการเติบโตที่แผ่วลง เช่น ธุรกิจ Online Media มีการเติบโตในปี 2564 ราว 28% มีรายได้หลักมาจากสื่อโฆษณาออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เช่น Facebook และ YouTube โดยในปี 2565 สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของไทยได้สูงถึง 92% และ 79% ตามลำดับ ถือเป็นอัตราการเข้าถึงที่สูง

อย่างไรก็ตาม เริ่มเห็นทิศทางการเติบโตอย่างรวดเร็วในบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ (E-Health) ถึงแม้ปัจจุบัน E-Health จะยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่น้อย แต่มีการเติบโตของรายได้ในปี 2564 ก้าวกระโดดกว่า 50% จากการทำผู้ให้บริการเริ่มหันมาสนใจให้บริการด้านสุขภาพกันมากขึ้น อาทิ ระบบแพทย์ทางไกล

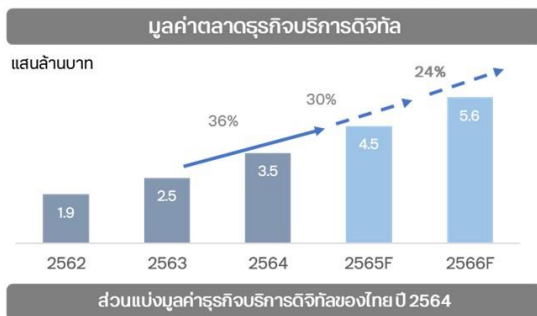
(Telemedicine) กอปรกับ ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-Aged Society) คือ การมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปในสัดส่วนมากกว่า 20% ในอีก 8 ปีข้างหน้า

จากมูลค่าตลาดธุรกิจดิจิทัลในภาพรวมราว 4.5 แสนล้านบาทในปี 2565 ttb analytics คาดว่าในปี 2566 นี้ ธุรกิจบริการดิจิทัลยังมีแนวโน้มเติบโต 24% มูลค่าอยู่ที่ 5.6 แสนล้านบาท จากการที่เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มพัฒนาเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งเทคโนโลยีด้านดิจิทัลส่งผลกระทบต่อด้านบวกต่อภาคธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้มีการพัฒนาต่อยอดบริการดิจิทัลใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองอุปสงค์ที่เป็นลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลมากขึ้น สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจบริการดิจิทัลทั่วโลกที่มีการเติบโตเฉลี่ยกว่า 34% ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ E-Logistics และ E-Retail แม้ว่าจะมีสัดส่วนรายได้มากกว่า 43% แต่ธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง และยังมีการทุ่มงบประมาณด้านการตลาดเพื่อรักษาฐานลูกค้า ในขณะที่กลุ่มแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลอื่น ๆ เป็นกลุ่มที่ยังคงมีการเติบโตในระดับสูง

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจบริการดิจิทัลควรมีการปรับตัว เพื่อเตรียมรองรับการขยายตัวของธุรกิจบริการดิจิทัลและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ภายใต้แรงกดดันด้านกำไรที่ลดน้อยลงตามกระแสธุรกิจโลก โดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ เช่น นำระบบ AI มาช่วยในการบริหารจัดการข้อมูล ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามและพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้รวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น อีกทั้งเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผู้ใช้บริการ และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เชื่อมการบริการของธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ครบวงจร เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการ

ttb analytics คาดธุรกิจบริการดิจิทัลปี 2566 โตแตะ 5.6 แสนล้านบาท
แรงหนุนจากกระแสบริโภคในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และธุรกิจปรับตัว
นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้ตรงตามความต้องการส่วนบุคคล



อัตราการเติบโตรายได้เฉลี่ยของธุรกิจบริการดิจิทัลทั่วโลก ปี 2563-2565

ภูมิภาค	บริการดิจิทัลทั้งหมด	E-Retail	แพลตฟอร์มบริการดิจิทัลอื่น*+บริการ IT
เอเชียแปซิฟิก (กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา)	43%	25%	46%
เอเชียแปซิฟิก (กลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว)	30%	16%	48%
อเมริกาเหนือ	30%	40%	41%
ยุโรปตะวันตก	35%	12%	34%
ยุโรปตะวันออก	47%	43%	13%

* อื่นๆ เช่น บริการด้านการศึกษาออนไลน์และบริการด้านสาธารณสุข/สุขภาพออนไลน์ (E-Health) เป็นต้น



ผู้ประกอบการควรปรับตัวรองรับการขยายตัวของธุรกิจและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ภายใต้แรงกดดันด้านกำไรที่ลดน้อยลงโดย

- นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น นำระบบ AI มาช่วยในการบริหารจัดการข้อมูล ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามและพฤติกรรมการใช้งาน
- สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เชื่อมการบริการของธุรกิจเกี่ยวเนื่องให้ครบวงจร เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการ

ที่มา: DEPA, Bloomberg, CEIC และ ttb analytics