

รายงาน Adjust ชี้อรรถกิจแอปมือถือเติบโตทั่วโลก แต่แตกต่างกันตามภาคพื้นที

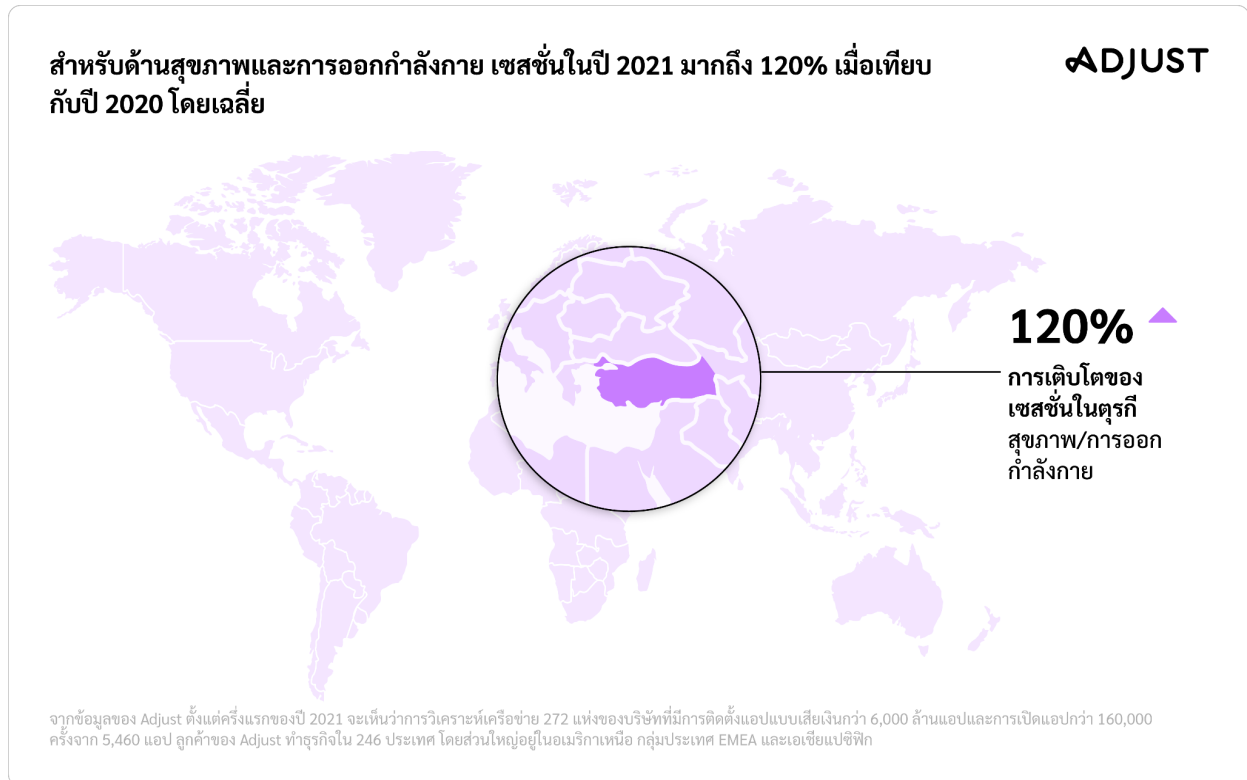
รายงานเกณฑ์สำหรับพาร์ทเนอร์แบบอินเทอร์แอกทีฟที่มีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเครือข่าย ตลาด และประสิทธิภาพของแอปแบ่งตามประเภทสำหรับนักการตลาดมือถือที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

ประเทศไทย 30 กันยายน 2021 — แพลตฟอร์มการวิเคราะห์ตลาดสำหรับแอปมือถือ [Adjust](#) เปิดตัวผลการรายงานเกณฑ์สำหรับพาร์ทเนอร์แบบอินเทอร์แอกทีฟระดับโลกซึ่งเผยว่าธุรกิจด้านแอปกำลังขยายตัวทั่วโลก แม้ว่าปัจจัยของการเติบโตจะแตกต่างกันออกไปตามภูมิภาค การศึกษาระดับโลกครั้งนี้ได้วิเคราะห์เครือข่ายโฆษณากว่า 270 แห่ง ซึ่งมีการติดตั้งแอปแบบชำระเงินในเกือบ 250 ประเทศจากแอปมือถือทั้ง 12 ประเภท

“เราได้เห็นวธุรกิจแอปนั้นยังโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก โดยเฉพาะภาคมือถือที่คิดเป็น [75%](#) ของโฆษณาดิจิทัลทั้งหมดที่จ่ายไปในปีนี เพื่อให้การเติบโตมีประสิทธิภาพที่สุดเท่าที่ทำได้ ผู้จัดการฝ่าย User Acquisition (UA) จึงจำเป็นต้องมีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศและช่องทางทั่วไปของเฉพาะภูมิภาคและตลาดแนวตั้ง” Andrey Kazakov หัวหน้าฝ่ายปฏิบัติการของ Adjust กล่าว “เกณฑ์เปรียบเทียบสำหรับพาร์ทเนอร์ของ Adjust จะอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นหลังบ้าน มุมมองทั่วโลกเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการโฆษณาบนมือถือ เครือข่ายที่มีคนใช้มากที่สุด วิธีหลายช่องทางที่สมบูรณ์แบบ และแหล่งที่จะหาผู้ใช้คุณภาพสูง โดยอิงจากสิ่งที่บริษัทอื่นในภูมิภาคและตลาดแนวตั้งนั้นๆ คิดว่ามีประสิทธิภาพที่สุด”

ประเด็นหลักที่รายงานเกณฑ์สำหรับพาร์ทเนอร์ของ Adjust ได้แก่

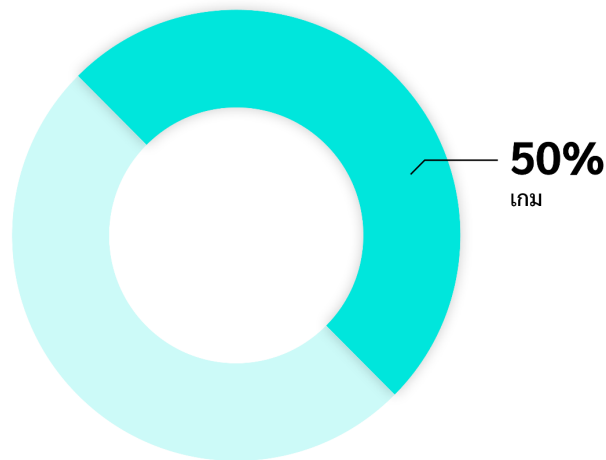
- **ธุรกิจแอปทั่วโลกเติบโตกว่าที่เคย** แต่ปัจจัยที่ทำให้เติบโตนั้นแตกต่างกันออกไปตามภูมิภาค เช่น การเติบโตในเอเชียแปซิฟิกมาจากแอปเกมมือถือ ในขณะที่ในตรีกส่วนใหญ่นั้น**ไม่ได้โตจากตลาดเกม** แต่เป็นแอปเช่น แอปสุขภาพและฟิตเนส แอปการศึกษา Facebook, Google, AppLovin และ Unity เป็นเจ้าใหญ่ครองตลาดแอปประเภทนี้ในตรีก ขณะที่ในเอเชียแปซิฟิก Facebook และ Google Ads เป็นเจ้าตลาดในด้านการโฆษณาที่มีการใช้จ่ายในทุกกลุ่มธุรกิจ แต่เครือข่ายในระดับภูมิภาคก็กำลังได้รับความนิยมในมากขึ้น



- เกมยังคงเป็นกลุ่มที่ขับเคลื่อนโดยผู้ใช้ใหม่ที่ใหญ่ที่สุด นำโดยเอเชียแปซิฟิก เกมคิดเป็น 50% ของจำนวนค่าใช้จ่ายโฆษณาทั้งหมดของ UA จากแอปทุกประเภท จากข้อมูลทั่วโลกของ Adjust บริษัทในเอเชียแปซิฟิกหมดเงินส่วนใหญ่ไปกับ UA ของเกม สูงสุดถึง 64% ตามมาด้วยอเมริกาเหนือ (57%) และกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออกกลางและแอฟริกา(39%) AppLovin และ IronSource ทำได้เหนือกว่าในตลาดแนวตั้งนี้ โดยที่ Facebook, Google Ads, TikTok, Unity และ Mintegral ยังได้ส่วนแบ่งใหญ่อยู่

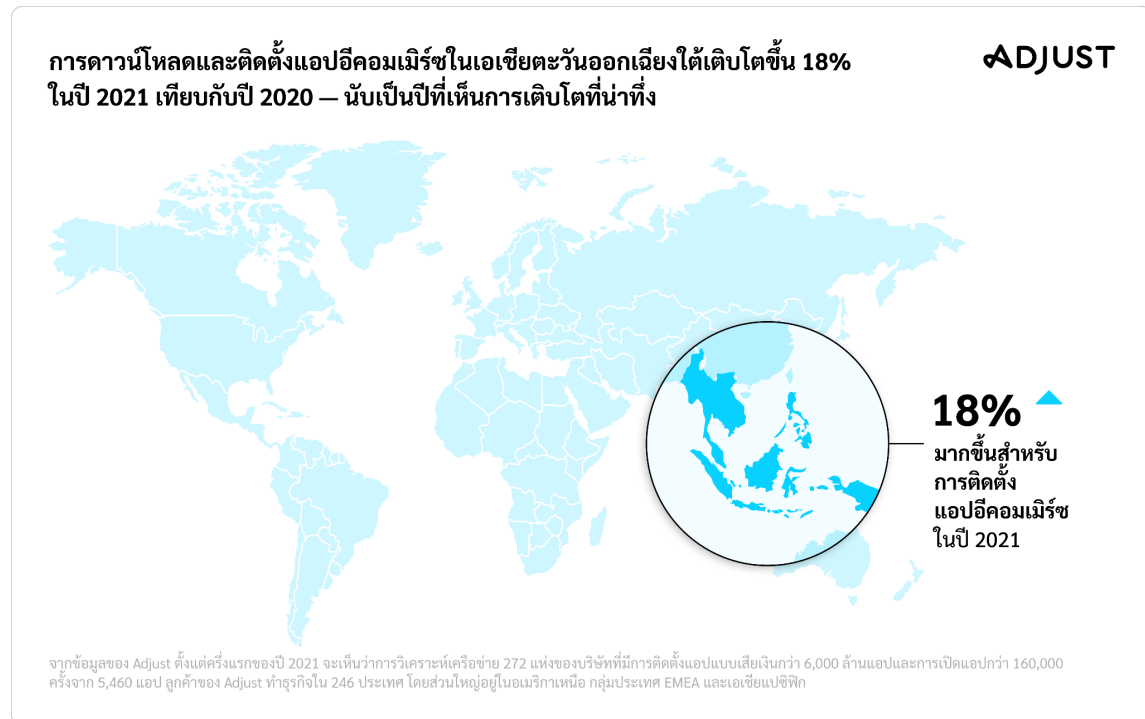
ธุรกิจเกมคิดเป็น 50% ของโฆษณาทั้งหมดที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ โดยเฉพาะในเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีสัดส่วนการจ่ายค่าโฆษณาสำหรับแอปเกมมากถึง 64%

ADJUST

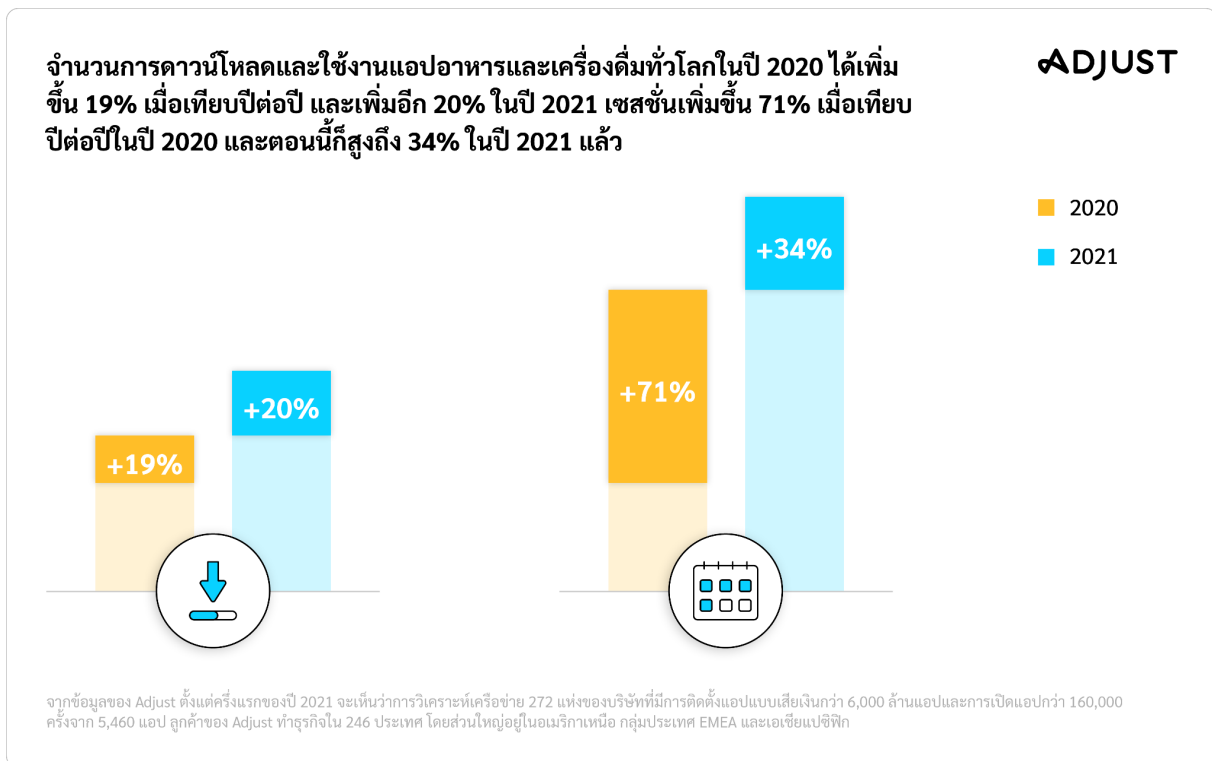


จากข้อมูลของ Adjust ตั้งแต่ครั้งแรกของปี 2021 จะเห็นว่าการวิเคราะห์เครือข่าย 272 แห่งของบริษัทที่มีการติดตั้งแอปแบบเสียเงินกว่า 6,000 ล้านแอปและการเปิดแอปกว่า 160,000 ครั้งจาก 5,460 แอป ลูกค้านำของ Adjust ทำธุรกิจใน 246 ประเทศ โดยส่วนใหญ่อยู่ในอเมริกาเหนือ กลุ่มประเทศ EMEA และเอเชียแปซิฟิก

- **เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) เป็นผู้นำด้านการเติบโตครั้งใหญ่ในตลาดเอ็มคอมเมิร์ซ (m-commerce) ข้อมูลของ Adjust แสดงให้เห็นว่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่เปิดตัวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เติบโตถึง 18% ในครั้งแรกของปี 2021 โดยปัจจุบันร้านค้าแนวดิจิทัลมีส่วนแบ่งมากกว่าจีนและอินเดีย ในขณะที่ Google และ Facebook ยังคงครองช่องทางในตลาดนี้** เครือข่ายเช่น TikTok, Affle, Naver, InMobi และ Appier กำลังได้รับความสนใจ และอาจเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับกลยุทธ์การซื้อโฆษณา



- แอปสั่งอาหารออนไลน์ยังคงเติบโตหลังจากขยายธุรกิจขึ้นไปอีกขั้นเมื่อถูกดันให้โตโดย **การระบาดใหญ่** ข้อมูลของ Adjust ระบุว่า การเติบโตของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มยังคงเกิดขึ้นต่อไปอย่างคงที่ แม้ว่าในประเทศนั้นๆ จะไม่มีการล็อกดาวน์แล้วก็ตาม ร้านต่างๆ ทั่วโลกในปี 2020 เติบโตขึ้น 19% เมื่อเทียบกับปีต่อไป และในปี 2021 ร้านเหล่านี้ก็ยังคงเติบโตขึ้นอีก 20% ในส่วนของการเติบโตของการล็อกอินเข้าใช้งานหรือเซสชันก็ยิ่งน่าทึ่ง เพราะในปี 2021 ได้โตขึ้นแล้วถึง 34% เมื่อเทียบกับ 71% ในปี 2020 Google Ads, Facebook และ Apple Search Ads ยังคงเป็นเครือข่ายอันดับต้นๆ ที่ขับเคลื่อนการเติบโต แม้ว่า Snap และ TikTok จะติด 5 อันดับสูงสุด ตามมาด้วย AppLovin, Headway และ Digital Turbine



- **โซเชียลมีเดียมีปัจจัยใหม่มากระตุ้นการเติบโต นั่นคือวิดีโอแบบสั้น** ในขณะที่ระยะเวลาดูวิดีโอแบบสั้นโดยรวมยังมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง วิดีโอแบบสั้นก็มีประสิทธิภาพมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งได้พัฒนากลายเป็นธุรกิจพาณิชย์ทางโซเชียลที่มีขนาดใหญ่ ไม่น่าแปลกใจที่ Google Ads, TikTok, Snap, Apple Search Ads และ Facebook ยังคงครองอันดับในทุกตลาดแนวตั้ง รวมถึงทั้ง iOS และ Android ในตลาดโซเชียลมีเดียเช่นกัน

ดูผลการค้นพบอย่างละเอียดได้ในรายงานการเปรียบเทียบสำหรับพาร์ทเนอร์ที่**[นี้](#)**

###

วิธีการ

รายงานการเปรียบเทียบสำหรับพาร์ทเนอร์ของ Adjust สร้างจากข้อมูลจากครึ่งปีแรกในปี 2021 โดยแสดงข้อมูลวิเคราะห์ของบริษัทเกี่ยวกับ 272 เครือข่ายที่มีโฆษณาแบบชำระเงินกว่า 6,000 ล้านรายการ และจำนวนการเปิดแอป 160,000 ล้านครั้งจาก 5,460 แอป ที่มีการตรวจสอบกับลูกค้าของ Adjust ทั้งหมดซึ่งทำธุรกิจใน 246 ประเทศ โดยส่วนใหญ่อยู่ในอเมริกาเหนือ กลุ่มประเทศ EMEA และเอเชียแปซิฟิก ข้อมูลสำคัญเน้นให้เห็นเทรนด์ที่กินวงกว้างทั่วทั้งอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการเทียบกับรายงานของอุตสาหกรรมและของ Adjust ด้วย [รายงานเทรนด์แอปมือถือปี 2021](#)

เกี่ยวกับ Adjust

[Adjust](#) คือแพลตฟอร์มวิเคราะห์การตลาดสำหรับแอปบนมือถือ ที่ได้รับความไว้วางใจนักการตลาดทั่วโลก ด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ โขลุ่ยชั้นสำหรับการวัดผล เพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญโฆษณา และปกป้องข้อมูลของผู้ใช้งาน Adjust ขับเคลื่อนแอปนับพันด้วยระบบอัจฉริยะและระบบอัตโนมัติในตัว พร้อมด้วยระบบสนับสนุนที่ฉับไวจากทีมช่วยเหลือลูกค้าทั่วโลก

ในปี 2021 Adjust ถูกซื้อกิจการโดย AppLovin (Nasdaq: APP) แพลตฟอร์มการตลาดชั้นนำ ซึ่งให้บริการนักพัฒนา ด้วยชุดโซลูชันบูรณาการชนิดเปี่ยมพลังเพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจแอปบนมือถือ ดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Adjust ได้ที่ www.adjust.com/th.

ช่องทางการติดต่อ

Rumchawun Keeratipitayaporn
Priority Consultants
yam.keera@priorityconsultants.com