

ส.มีเดียเอเยนซีฯ ชี้ทิศโฆษณาไทย/เทศ หลังเปิดอาเซียนบ.โลค์ลรับงานเต็มมือ

สมาคมมีเดียเอเยนซีฯ ชี้ทิศโฆษณาไทย/เทศ หลังเปิดเออีซี มั่นใจโลค์ล เอเยนซีรับงานอิสระสินค้าแบรนด์ไทยขยายตลาดต่างประเทศ ชูไทยอับด้านผลิตหนังโฆษณา ด้วยผลงานครีเอทีฟ คอนเทนต์หลากหลาย แน่ไทยตื่นตัวปรับยุทธศาสตร์แข่งขันก่อนเสียโอกาสทางการค้า

นางวรรณิ รัตนพล นายกสมาคมมีเดียเอเยนซีฯ และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย กล่าวในงานเสวนา Transform Media Advertising Business in AEC ว่า การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือเออีซี ไม่ได้ส่งผลต่อการแข่งขันหรือการเติบโตของมีเดียเอเยนซี ที่เป็นกลุ่มบริษัทข้ามชาติมากนัก เนื่องจากที่ผ่านมา มีเดียเอเยนซีเหล่านี้ ได้มีการเปิดสำนักงานในแต่ละประเทศในภูมิภาคนี้ไว้ก่อนหน้านั้นแล้ว แต่จะมีผลต่อกับกลุ่มโลค์ลเอเยนซีที่มีแผนจะขยายตัวออกสู่ภูมิภาคนี้ อย่างไรก็ตาม ผลดีที่คาดว่าจะเกิด

กับมีเดียเอเยนซีโดยรวมก็ต่อเมื่อกลุ่มลูกค้า Local brand มีแผนจะขยายตลาดออกสู่กลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งจะส่งผลต่อบิลลิ่งในการโฆษณาที่จะสูงขึ้นตามไปด้วย

ขณะเดียวกันในด้านกลุ่มผู้ผลิตโฆษณาหรือ Advertising Agency อาจจะได้รับผลดีในแง่การเป็น Hub เพื่อผลิตภาพยนตร์โฆษณาในภูมิภาคนี้ เนื่องจากประเทศไทยมีเทคโนโลยี ซึ่งเอื้อต่อการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเป็นทุนอยู่แล้ว ประกอบกับการมีวัตถุดิบ เช่น ดารา และนักร้อง ซึ่งเป็นที่รู้จักใน

อ่านต่อหน้า 18

บริษัทผู้ผลิต Content เช่น เกมโชว์, ละคร หรือข่าว ก็มีโอกาที่จะเติบโตเช่นกัน เนื่องจากในปัจจุบันกลุ่มเพื่อนบ้านโดยรอบของไทย อาทิ พม่า, ลาว, เขมร และเวียดนาม นิยมเสพสื่อที่มาจากประเทศไทยอยู่แล้ว ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่จะขยายตลาดอย่างจริงจังหรือการขาย Content ไปยังกลุ่มเพื่อนบ้าน ซึ่งประเทศไทยมีจุดแข็งในเรื่องของดารา และนักร้องที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มประเทศเหล่านี้อยู่แล้ว

แม้ประเทศไทยโดยภาพรวมจะดูเหมือนได้เปรียบทั้งในแง่ของภูมิศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมที่มีความคล้ายคลึงกับหลายประเทศ แต่ในแง่ของการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นทางด้านเรื่องของระบบการสื่อสาร และระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนด้วยกันได้ก้าวเข้าสู่ระบบ 3G และกำลังจะมุ่งสู่ 4G แล้ว ในขณะที่ไทยยังถือว่าล่าช้าอยู่มาก ถือเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ไทยไม่สามารถพัฒนา Content หรือการขาย Content ที่อยู่บนเว็บไซต์เพื่อแข่งขันกับประเทศในอาเซียนได้ อีกทั้งในเรื่องของทักษะทางด้านภาษาประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่อ่อนมากเรื่องของภาษาอังกฤษ ดังนั้นคนไทยและองค์กรต่างๆ จึงควรเร่งปรับตัวให้มากขึ้น

สำหรับแนวทางการปรับตัวของ ไทยแบ่งออกเป็น 3 ข้อประกอบไปด้วย 1. ภาครัฐ ควรต้องรีบเร่งศึกษากฎหมาย สังคม วัฒนธรรมประเทศเพื่อนบ้านเพื่อไม่ให้เกิดการถูกกีดกันทางการค้าเหมือนอย่างเช่นที่ยุโรปมีการตั้งมาตรฐาน ISO เป็นต้น 2. ภาคอุตสาหกรรม ควรพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ และเน้นการจัดสัมมนา แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นขององค์กรประเทศเพื่อนบ้านต่างๆ ให้มากขึ้น 3. ภาคบุคคล ควรสร้างความเชื่อมั่น

ให้แก่ตนเอง ฝึกฝนทักษะทางด้านภาษา และเรียนรู้วัฒนธรรม สังคม ของประเทศเพื่อนบ้านไปพร้อมๆ กัน

“หากมองดูประเทศเพื่อนบ้านในตอนนี้ที่นำกลัวที่สุดคือ สิงคโปร์ ถึงแม้ประเทศเขาจะไม่ค่อยมีการส่งออก แต่มีเงินจำนวนมาก หากธุรกิจในประเทศไทย อาทิ ธนาคาร ฟุตคอร์ท ไทโรคมานาคมทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่มีผู้ถือหุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น อีกทั้งสิ่งที่น่าเป็นห่วงของประเทศไทยอีกข้อ นั่นคือเรื่องของการทำแบรนด์ดัง ซึ่งคนไทยมักจะมองข้ามเรื่องของแบรนด์ แต่จะเน้นการส่งออกสินค้าที่มีราคาถูก ดังนั้นคนไทยควรจะต้องหันมาสนใจการทำแบรนด์ดัง การพัฒนาสินค้ามากขึ้นจะได้ไม่สูญเสียโอกาสทางการค้า”

ทั้งนี้ประเทศไทยในกลุ่มอาเซียนจะรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีผลจริงจัง ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ณ วันนั้นกลุ่มนักธุรกิจทั่วไปคาดว่าจะทำให้ภูมิภาคนี้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เนื่องจากการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง นอกจากนี้ยังเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกันอีกด้วย ซึ่งการแข่งขันครั้งนี้ไทยจะได้เปรียบหรือเสียเปรียบ คงต้องเร่งให้ทุกฝ่ายช่วยกันปรับตัวและพัฒนาขึ้นจากเดิม หากการปรับครั้งนี้เป็นไปได้อย่างดีนั้นหมายถึงเราจะได้เงินก่อนใหญ่กว่า 2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เข้ามาในกระเป๋าด้วย

ข่าวดี

ประเทศละแวกข้างเคียง อีกทั้งในกลุ่ม