

รายงานผลการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า American Film Market (AFM) 2008
Santa Monica, California (Loews Santa Monica Beach Hotel & Le Merigot Hotel)
ระหว่างวันที่ 5-12 พฤศจิกายน 2551

งาน American Film Market (AFM) 2551 ปีนี้ ภาพรวมไม่ต่างจากปีก่อน ๆ มีผู้เข้าร่วมงาน 412 ราย ผู้ชมงาน 800 ราย จาก 70 ประเทศ มูลค่าซื้อขายในงานประมาณ 800 ล้านดอลลาร์ ภาครัฐจากภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ชมงานลดลงบ้าง แต่ผู้ซื้อบางรายกล่าวว่าเป็นโอกาสดีที่จะได้มีเวลาคุยกันมากขึ้น

ผลการหารือกับบริษัทไทยที่มาร่วมงาน ได้แก่ สหมงคลฟิล์ม ไฟฟ์สตาร์โปรดักชั่น GMM ภาพยนตร์ไทยที่ขายได้ยังคงเป็นแนวมวยไทยและสยองขวัญ ไฟฟ์สตาร์โปรดักชั่นซึ่งอยู่ในสมาพันธ์ภาพยนตร์เสนอให้จัดกิจกรรม Thai Night ที่งานในปีหน้า เชิญผู้เกี่ยวข้องในวงการเพื่อสร้างเครือข่ายและให้ข้อมูลสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถและศักยภาพของประเทศไทย และเห็นว่าเงินเป็นคู่แข่งที่น่ากลัว ไทยควรใช้โอกาสที่เงินยังมีปัญหา เร่งทำการตลาดเชิงรุก

จากการหารือกับบริษัทที่เข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นผู้ผลิต producers และผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ มีหลายรายที่ทราบถึงความสามารถของไทย แต่ยังไม่เคยทราบข้อมูลในรายละเอียด และยังไม่เคยไปประเทศไทย ให้ความสนใจขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม

องค์กรของรัฐจากประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมงานในลักษณะเดียวกับปีอื่น ๆ คือ เข้าที่ส่วนระเบียบ เป็นคูหา information ภาพรวมของประเทศ หรือ เข้าห้องและนำผู้สร้างภาพยนตร์ ฯลฯ มาแสดง ซึ่งมักเป็นรายใหม่และ รายเล็ก เนื่องจากรายใหญ่มักเข้าเองอยู่แล้วเป็นประจำและมีคูหาประจำของตนเอง มีการจัด reception ในบริเวณใกล้ ๆ กับงาน

ความเห็น/ข้อพิจารณา สคต. มีข้อพิจารณาดังนี้

- 1) ไทยยังขาดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยในภาพรวม และในตลาดสหรัฐ ซึ่งควรมีแผนแม่บทและแผนดำเนินการที่ชัดเจนในการเข้าร่วมงานหรือการเจรจากับลูกค้า ภาคเอกชนจะมาในนามตนเอง จึงไม่มีการแสดงภาพรวมของศักยภาพของประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม
- 2) ไทยควรมีกกลยุทธ์การนำเสนอที่แก้ไขเรื่อง Incentive เนื่องจากขณะนี้ ทุกประเทศต่างพยายามเสนอ incentive โดยเฉพาะด้านภาษีและผู้สร้างภาพยนตร์ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก จนลืมนองตัวเลขรวมว่า ถึงแม้ไทยจะไม่ได้ลดหรือคืนภาษีให้ แต่ในที่สุด

ค่าใช้จ่ายและคุณภาพต่าง ๆรวมแล้วจะคุ้มค่ากว่าการให้สิ่งจูงใจด้านภาษีที่ประเทศอื่นให้

- 3) นอกจากนี้ ควรนำเสนอความเป็น one stop service ของไทย ตลอดจนความพยายามของภาครัฐที่จะพัฒนาธุรกิจนี้ให้ทันกับมาตรฐานและแนวโน้มโลก และจัดทำข้อมูลรายละเอียดของอุตสาหกรรมนี้ของไทย เพื่อ สคต.ต่าง ๆ สามารถนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวางต่อไป
- 4) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในรูปแบบของ Information stand หรือ การนำผู้ประกอบการมาร่วมงาน และจัด reception ในงาน AFM จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบข้อมูลที่ชัดเจนของไทย รวมทั้งเป็นการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับวงการบันเทิงจากประเทศต่าง ๆ เนื่องจากงานนี้เป็นงานที่มีผู้ซื้อขายมาจากทั่วโลก