

รีด เทรดเด็กซ์ ฉลองวันงานแสดงสินค้าโลก เปิดตัว แม่ทัพใหม่ สร้าง Hybrid Exhibition เร่งหนุนฟื้นฟู เศรษฐกิจ



รีด เทรดเด็กซ์ ร่วมฉลองวันงานแสดงสินค้าโลก 2020 โดย UFI และ 41 องค์กรต่างๆ ทั่วโลก ร่วมใจ
ประชาสัมพันธืความสำคัญบทบาทงานแสดงสินค้า ฤญแจสำคัญในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจ// พร้อมเปิดตัวแม่ทัพ
ใหม่ เผยกลยุทธ์ Hybrid Exhibition 365 วัน ด้วยการพัฒนาพลังแห่งการได้พบกัน Face-to-face กับพลังแห่ง
เทคโนโลยีดิจิทัล มาผสมผสานจนเกิดเป็นโอกาสทางธุรกิจ และประสบการณ์การร่วมงานแสดงสินค้าที่น่าพึงพอใจ
สูงสุด

วันงานแสดงสินค้าโลก 2020 หรือ Global Exhibition Day (GED) 2020 ในวันที่ 3 มิถุนายนนี้ ถูกจัดขึ้นเป็นครั้งที่
ที่ 5 ได้รับการสนับสนุนจาก 41 องค์กรต่างๆ ทั่วโลก รวมถึง UFI และสมาชิก เพื่อประชาสัมพันธืถึงความสำคัญ
ของอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ผ่านธีมของงาน “Exhibitions
are key to rebuilding economies” ซึ่งชูความสำคัญองงานแสดงสินค้าที่เป็นฤญแจสำคัญในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจ

กิจ

พร้อมกันนี้ ริดด์ เทรดเต็ทซ์ เปิดตัวแม่ทัพใหม่ คุณวราภรณ์ ธรรมจริย์ กรรมการผู้จัดการ ริดด์ เทรดเต็ทซ์ เผย งานแสดงสินค้าเป็นเครื่องมือทางการตลาดชิ้นสำคัญที่ผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ สามารถใช้เชื่อมต่อกับลูกค้า ฟันฟู และสร้างแบรนด์ในตลาดได้อย่างรวดเร็วที่สุด เพราะเป็นการรวมกันซึ่งแรงบันดาลใจ ไอเดีย เทคโนโลยี ความรู้ ประสบการณ์ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นตัวเร่งที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายธุรกิจและสถานการณ์เศรษฐกิจทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว

ภาพรวมอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าปีนี้ถูกกระทบอย่างมาก จากสถานการณ์โควิด-19 โดยจากข้อมูลผลกระทบที่เกิดขึ้นกับงานแสดงสินค้าที่สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) หรือ TCEB ให้การสนับสนุน ในปีงบประมาณ 2563 นั้น โดยข้อมูลเมื่อวันที่ 22 เมษายน พบว่ามีงานที่ถูกเลื่อนออกไป 22 งาน ยกเลิก 3 งาน เกิดผลกระทบเป็นการสูญเสียเงินสะพัดในประเทศที่ควรที่จะเกิดจากการใช้จ่ายของผู้ร่วมงานต่างชาติจำนวนกว่า 46,000 รายที่ไม่ได้เข้ามา คิดเป็นเงินจำนวนกว่า 3,400 ล้านบาท (คำนวณเงินสะพัดจากมูลค่าการใช้จ่ายต่อคนต่อทริปที่ 74,000 บาท)

คาดการณ์ว่าตอนนี้ในหลายประเทศอุตสาหกรรมไมซ์กำลังเข้าสู่ระยะที่สองของการเลื่อนงาน โดยระยะแรกเกิดขึ้นกับงานที่จัดในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนมิถุนายน ที่ได้ประกาศเลื่อนการจัดงานออกไปก่อนหน้านี้ ทั้งนี้ ระยะที่สองจะเกิดขึ้นกับงานที่จัดในช่วงเดือนกรกฎาคมจนถึงเดือนกันยายน โดยงานที่มีกำหนดจัดในช่วงเดือนกรกฎาคมนั้น มีแนวโน้มสูงที่จะถูกพิจารณาเลื่อนออกไปจัดในช่วงเดือนธันวาคมเป็นส่วนใหญ่

โดยทาง ริดด์ เทรดเต็ทซ์ เองก็ได้พิจารณาปรับเลื่อนงานแสดงสินค้าบางงานออกไป อาทิ งาน อินเทอร์เน็ตพลาซ่า ไทยแลนด์ งานแสดงเทคโนโลยีเพื่อการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ และ งานเนปคอน ไทยแลนด์ งานแสดงเทคโนโลยีเพื่อการประกอบ การวัด และการทดสอบคุณภาพเพื่ออุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เลื่อนจากเดือนมิถุนายนออกไปอยู่ในระหว่างวันที่ 14-17 ธันวาคม 2563 ที่ ไบเทค บางนา // ซึ่งเป็นสองงานที่น่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของสองอุตสาหกรรมหลักในไทยที่กำลังมีบทบาทสำคัญอย่างมากในสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมพลาสติกที่สร้างผลิตภัณฑ์และบริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัย ทั้งหน้ากากอนามัย อุปกรณ์ทางการแพทย์ และ ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหาร และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลต่างๆ เข้ามาใช้ในชีวิตช่วง New Normal

ส่วนงาน แมนูแฟกเจอร์ เอ็กซ์โป 2020 งานแสดงเทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรมการผลิตและสนับสนุน และงาน แฟ็กเทค งานสำหรับการบริหารจัดการโรงงาน ไปเป็นวันที่ 23 - 26 มิถุนายน 2564 และงาน จีเอฟที งานสำหรับการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เป็นวันที่ 7-10 กรกฎาคม 2564 โดยทั้งสองงานจะจัดที่ ไบเทค บางนา ส่วนงานในช่วงเดือนสิงหาคมและพฤศจิกายน ซึ่งเรามีอยู่สามงาน ได้แก่ งานไทลือก-โลจิสติกส์ ที่เราจัดร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จัดวันที่ 26-28 สิงหาคมนี้, งาน คอสเม็กซ์ งานสำหรับการผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย กำหนดจัดวันที่ 3-5 พฤศจิกายน และงาน เมทัลลิกซ์ มหกรรมเครื่องจักรกลและเทคโนโลยีโลหะการ กำหนดจัดวันที่ 18-21 พฤศจิกายน ซึ่งทั้งสามงานจะจัดขึ้นที่ ไบเทค บางนา

ระหว่างนี้ บริษัทฯ ก็ไม่ได้หยุดนิ่ง เดินหน้าพัฒนางานแสดงสินค้ารูปแบบ Hybrid Exhibition เน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการร่วมงาน เช่น การใช้ Big Data เพื่อวิเคราะห์เชิงลึกมากขึ้น เน้นความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การให้บริการแบบ Personalized Exhibition Experience รวมถึงการพัฒนา AI เพื่อใช้ในการจับคู่เจรจาทางธุรกิจ (Business Matching) เพื่อเสริมโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ร่วมงาน จะทำให้ความเข้มข้นด้านโอกาสทางธุรกิจและ ROI ของผู้ร่วมงานเพิ่มสูงขึ้นกว่าเดิม // ซึ่งเราเพิ่งประสบความสำเร็จในการจัด Webinar ไปแล้วเมื่อต้นเดือนเมษายนที่ผ่านมา กับงาน Plastics Forum Webinar ซึ่งมีผู้ร่วมสัมมนาจำนวนทั้งสิ้น 827 คน พบว่าผู้ร่วมงานถึง 97% มีความพึงพอใจในงาน และยืนยันว่าจะร่วมงานสัมมนาออนไลน์ที่เราจะจัดขึ้นอีกครั้งแน่นอน ทำให้เรายังมีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้นในรูปแบบการร่วมงานแบบออนไลน์อื่นๆ ที่เราเตรียมไว้ให้ผู้ร่วมงานของเรา

โดยเรามีกำหนดจัดงานรูปแบบ Webinar ขึ้นอีกครั้งภายใต้ชื่อ Manufacturing Forum Webinar ซึ่งจะพูดถึงการดำเนินธุรกิจในช่วง New Normal ของอุตสาหกรรมการผลิตโดยรวม กำหนดจัดวันที่ 25 มิถุนายนนี้ ด้วยกลยุทธ์ “Hybrid Exhibition 365 วัน” เรายังมีรูปแบบการเชื่อมต่อผู้ซื้อและผู้ขายผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล “On-demand Buyers Connectors” มากมายหลายรูปแบบ อาทิ Technology Demonstration, Digital Sourcing และ Webinar เป็นต้น สำหรับให้บริการผู้แสดงสินค้าและผู้ชมงาน ในฐานะข้อมูลของเราด้วย ดังนั้น การร่วมงานแสดงสินค้าจะเป็นการร่วมงานอย่างต่อเนื่อง นั่นคือโอกาสในการที่ผู้แสดงสินค้าของเราจะได้พบผู้ซื้ออย่างต่อเนื่องและผู้ซื้อก็จะค้นหาผ่านเรา ได้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี 365 วัน ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม เราเชื่อว่า เทคโนโลยีดิจิทัลไม่สามารถทดแทนการพบกันแบบ Face-to-face ได้ เพราะมีหลายปัจจัยที่ทำให้การพบกันแบบตัวต่อตัวนั้นทรงพลังกว่าการเห็นหน้ากันผ่านหน้าจอ การได้พบปะพูดคุย เห็นภาษากาย มีงานวิจัยที่พบว่า 70 – 93% ของการสื่อสารมาจากภาษากาย การได้สัมผัสสินค้าด้วยตนเอง การได้พบปะเพื่อนร่วมวง การได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีบทความใน Harvard Business Review ที่เขียนเอาไว้ถึงงานวิจัยที่ตีพิมพ์ใน Journal of Experimental Social Psychology ซึ่งพบว่า การสื่อสารเพื่อให้เกิดผลบางอย่างนั้น การสื่อสารแบบ Face-to-face นั้นมีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารผ่านอีเมลถึง 34 เท่า ดังนั้น Exhibition ในยุค 4.0 จะเป็นการผสมผสานกันระหว่างการพบกันแบบ Face-to-face และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเสริมโอกาสในการทำธุรกิจนั่นเอง

ทั้งนี้ ภาครัฐ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และภาคเอกชน โดยสมาคมต่างๆ ในวงการงานแสดงสินค้าไทย ผู้จัดงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต่างร่วมมือกัน รวบรวมมาตรการการป้องกันต่างๆ เพื่อดูแลผู้ร่วมงานทุกคนให้ปลอดภัยอย่างเคร่งครัดและรัดกุม รีด เทรดเด็กซ์ เชื่อว่า เมื่อมีการสื่อสารเรื่องการดูแลรักษาความปลอดภัยออกไป ผู้ประกอบการจะเกิดความมั่นใจ และเดินทางมาร่วมงานโดยปฏิบัติตามคำแนะนำต่างๆ เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล ซึ่งได้กลายเป็น New Normal ไปแล้ว และท่ามกลางความเป็น New Normal นี้เอง ธุรกิจต่างๆ ที่หยุดชะงักหรือชะงักตัวไป จะกลับมาฟื้นขึ้นมาขึ้นมายืนหยัดได้อีกครั้ง คุณ วราภรณ์ ธรรมจริย์ กล่าวปิดท้าย