

DITP ประสานพลังสมาคมฯ เตรียมความพร้อมผู้ ประกอบการ ต้อนรับผู้ซื้อกว่า 60,000 รายจากทั่ว โลก



ข่าวประชาสัมพันธ์

DITP ประสานพลังสมาคมฯ เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ ต้อนรับผู้ซื้อกว่า 60,000 รายจากทั่วโลก จัด “BIG+BIH เดือนตุลาคม” เต็มพื้นที่ 6 ฮอลล์ไบเทค

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (DITP) ร่วมกับสมาพันธ์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ และสมาคมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แนวดีไซน์ จัดประชุมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ จัดงาน “BIG+BIH เดือนตุลาคม” ยิงใหญ่ 19-23 ตุลาคมนี้ ที่ไบเทค บางนา เสริมทัพไอเดียจัดดูทำให้ดึงดูดสายตาประชาสัมพันธุ์ภาพลักษณ์ประเทศต่อกลุ่มนักธุรกิจและผู้ซื้อที่คาดหวังจะหลังไหลเข้าร่วมงานกว่า 60,000 ราย

การประชุมเตรียมความพร้อมซึ่งจัดขึ้นเมื่อเร็วๆ นี้ ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีผู้ประกอบการเข้าร่วมประชุมคับคั่ง ร่วมด้วยคุณเอกฉัตร ศีตวรรัตน์ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจไลฟ์สไตล์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ คุณสุพัฒน์ ศรีวรรณวิทย์ ประธานสมาพันธ์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ไทย คุณจิรบุญย์ วิทยสิงห์ เลขาธิการสมาพันธ์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ไทย และผศ.เอกรัตน์ วงษ์จิริต อุปนายกสมาคมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แนวดีไซน์ และตัวแทนจากสมาคมฯ ผู้ร่วมจัด

คุณสุพัฒน์ ศรีวรรณวิทย์ ประธานสมาพันธ์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ไทย กล่าวว่า “การจัดงานในครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการเป็นอย่างดี ถือเป็นครั้งแรกในรอบหลายปีที่มี Exhibitor แสดงความจำนงสมัครเข้าร่วมงาน เยอะมากเป็นประวัติศาสตร์ จนยอดจองดูหาล้น ซึ่งทางกรมฯ และสมาพันธ์ฯ

ก็พยายามช่วยกันจัดสรรพื้นที่และดูหาให้ลงตัว และเข้ากับ Category หรือประเภทสินค้าต่างๆ โดยคำนึงถึงภาพรวมของงานเป็นหลัก”

“BIG+BIH ซึ่งจัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 20 ปี เป็นครั้งที่ 40 เราเน้นเรื่องส่งออก ด้วยความมุ่งมั่นที่จะสร้างให้งาน BIG+BIH ไม่ได้เป็นแสดงสินค้าระดับประเทศเท่านั้น แต่เป็นงานระดับอาเซียน ดังนั้น สิ่งสำคัญคือ ความพร้อม ทั้งการจัดดูหา สินค้าที่นำมาแสดงก็ต้องดีจริงๆ จึงอยากขอให้ผู้ประกอบการทุกท่าน หากอยากให้ Visitor ผู้มาซื้อสินค้า

สนใจ ไม่สำคัญว่า Visitor จะมามากน้อยแค่ไหน สิ่งสำคัญที่สุดคือ สินค้าของเราสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้มากแค่ไหน ถ้าสินค้าเราดี ไม่ต้องกลัวว่าจะไม่มีออเดอร์ บางปีสินค้าประเภทเดียวกัน บางบุทขายดี บางบุทกลับขายไม่ได้ เพราะสินค้ายังไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ถ้าไม่ตรง ก็ต้องไปปรับ ไปพัฒนา เรียกว่าไม่ได้แข่งกันแค่ภายในประเทศ แต่แข่งกับประเทศอาเซียนด้วยกัน เพราะ AEC ที่จะกำลังเกิดขึ้นปลายปีนี้ อาเซียนถือเป็นตลาดใหญ่ที่มีกำลังการบริโภคจากประชากร 600 ล้านคน ดังนั้น ในขณะที่ตลาดยุโรปกำลังซบเซา ญี่ปุ่นยังไม่ฟื้นตัว ตลาดแอฟริกา ตลาดตะวันออกกลาง แม้จะไม่มีปัญหาเรื่องเศรษฐกิจ แต่มีเรื่องการเมืองเล็กน้อย ตลาดอาเซียนจึงเป็นตลาดที่น่าสนใจเป็น

อย่างมาก”ด้านคุณจิรบุญย์ วิทยสิงห์ เลขาธิการสมาพันธ์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ไทย ให้ข้อมูลเสริมในเรื่องของตัวเลขส่งออกและการเตรียมความพร้อมต้อนรับผู้ซื้อ นักธุรกิจ ที่คาดว่าจะหลังไหลเข้าร่วมงานเกินครึ่งแสนว่า “สำหรับตัวเลขส่งออกของอุตสาหกรรมของขวัญ ของชำร่วย และของตกแต่งบ้าน ปีที่แล้วไม่ค่อยโตมากนักเนื่องจากเศรษฐกิจโลกไม่ดี โดยตลาดส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์หลักของไทย อันดับ 1 คือสหรัฐอเมริกา โดยตัวเลขเป็นบวก 24.5% ปกติจะติดลบมาตลอด ส่วนญี่ปุ่นคิดเป็น 14.5% ในเดือนธันวาคม 2557 ตัวเลขอยู่ที่ 17% เรียกว่าสถานการณ์ตลาดญี่ปุ่นไม่ดีนัก ในขณะที่ตลาดเยอรมนี เบลเยียม ตลาดยุโรปเหนือ ตะวันออกกลาง อินเดีย เกาหลี และจีน ตัวเลขส่งออกเป็นบวกทั้งหมด ส่วนตลาดอาเซียน ซึ่ง Market Share เป็นอันดับ 3 ก็เป็นอีกตลาดที่กำลังเติบโต”

“ปัจจุบัน ยอดผู้เข้าร่วมงานแพร่ทั่วโลกตกหมด เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป หันมาใช้การสื่อสารออนไลน์ ใช้เครื่องมือไอที วิเซท ซึ่งผู้ประกอบการก็ต้องปรับตัว ปรับกลยุทธ์ งาน BIG+BIH ถือเป็นงานแฟร์งานเดียวที่ตัวเลขตกน้อยที่สุด ประกอบกับ Life Cycle ของสินค้าไลฟ์สไตล์โดยปกติจะมีการเปลี่ยนคอลเล็กชันปีละ 3 ครั้ง เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการต้องวางแผนดีว่าจะนำสินค้าอะไรมานำเสนอในงาน BIG+BIH ซึ่งจัดปีละ 2 ครั้ง

ในส่วนของสมาคมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แนวดีไซน์ หรือ D&O จะอยู่ที่ฮอลล์ 5 คือส่วนของนิทรรศการ H.O.T. ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งไฮไลท์ของงาน ส่วนฮอลล์ 6 จะเป็นสินค้า Houseware ฮอลล์ 1-4 เป็นสินค้า BIG+BIH อย่างที่คุณสุพัฒน์กล่าวไปแล้วครั้งนี้เป็นครั้งแรกในรอบหลายปี ที่มี Waiting List เรียกว่ามีคนจองค้นหาเข้ามาเยอะมาก ในส่วนของผู้เข้าชมงาน ครั้งในที่ผ่านมา ที่สร้างปรากฏการณ์มีคนมารอเข้างานก่อนเวลาเปิด เรียกว่าไม่เห็นบ่อยนักในงานแฟร์แบบนี้ นอกจากการจัดแสดงสินค้าของตัวเองแล้ว อยากให้ผู้ประกอบการทุกท่าน สละเวลาไปดูกิจกรรมต่างๆ ของกรมฯ ซึ่งครั้งนี้มีอยู่มากมาย เช่นนิทรรศการและบริการต่างๆ ในการทำการค้าระหว่างประเทศ เรื่องของนวัตกรรมต่างๆ เช่น Thaitrade.com อยากให้ท่านได้เปิดหูเปิดตา เพราะรับประกันว่าจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด ช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการทำการค้า อย่างน้อยๆ ก็ได้ดูเรื่องเทรนด์ต่างๆ”

เลขาธิการสมาพันธ์ฯ ยังทิ้งท้ายถึงการให้ความร่วมมือของสมาพันธ์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ในการจัดงาน BIG+BIH ในครั้งนี้ เช่น การดูแลต้อนรับบายเออร์ที่สนามบิน บริการรับส่งจากสนามบินสุวรรณภูมิ โดยประสานงานกับท่า

อากาศยาน มีเคาเตอร์ประชาสัมพันธ์บริเวณจุดรับกระเป๋า รวมทั้งเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก นอกจากนี้มีเคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเอกสารแจกให้กับบายเออร์ ซิมการ์ด รวมถึงส่งข้อความหาบายเออร์ ภายในบริเวณงาน ก็จะมี Buyers' Lounge อำนวยความสะดวกพร้อมล่ามภาษาต่างๆ อาทิ อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ให้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการก็สามารถใช้บริการได้ด้วย ที่สำคัญคือ BIG+BIH Member Club หรือแฟนพันธุ์แท้ BIG+BIH ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 10,000 ราย ซึ่งเราจะพัฒนาเป็น BIG+BIH Member Card ให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ กับสมาชิก

ด้านผศ.เอกรัตน์ วงษ์จรีต อุปนายก สมาคมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แนวดีไซน์ ร่วมให้แนวคิดในการสร้างคณาให้ออกมาน่าสนใจและดึงดูดสายตาผู้ซื้อว่า “ในการสร้างคณาเพื่อออกงานแฟร์นานาชาตินั้น การสร้างคณาให้ออกมาสวยงามอย่างเดียวอาจไม่พอ ต้องมีการนำเรื่องของการ์ดีไซน์ การสร้าง Brand Identity เข้ามาใช้ด้วย เพราะผู้ที่มาออกงานที่เป็นสมาชิกของสมาคมฯ นั้น เป็นทั้งผู้ประกอบการและนักออกแบบ แนวคิดดี Production ดี การสื่อสารต้องทำออกมาให้ดีด้วย จึงจะประสบความสำเร็จ คาแรกเตอร์และเอกลักษณ์ในความเป็นไทย ต้องสะท้อนและสื่อสารออกมาในคณาให้ชัดเจน โดยรู้จักใช้ดีไซน์ให้เกิดประโยชน์กับพื้นที่มากที่สุด”

ผศ.เอกรัตน์ เล่าถึงนิทรรศการ H.O.T.และเทรนด์ธุรกิจไลฟ์สไตล์ในปีนั้นว่า “ในส่วนของนิทรรศการ Hospitality Objects Thailand (H.O.T.) ซึ่งกรมฯ ร่วมกับสมาคม D&O เป็นการจัดแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ภัตตาคาร ซึ่งในครั้งที่ผ่านมาจัดในธีม Fantasy ในครั้งนี้จะจัดภายใต้คอนเซ็ปต์ d'Ecotopia โดย d' ย่อมาจากคำว่า Décor คำว่า Eco ย่อมาจาก Ecology หรือนิเวศวิทยา ส่วน Utopia สะท้อนถึงการเป็นเมืองในอุดมคติหรือเมืองในอนาคต ดังนั้น คำว่า d'Ecotopia หมายถึงการออกแบบงานตกแต่งที่ใช้วัสดุธรรมชาติ สู่การเป็นเมืองในอนาคต หรือรูปแบบการตกแต่งในอนาคตนั่นเอง ในส่วนของ Consumer's Trend ในปี 2015 นี้ นั้น จะมีในเรื่องของ Concept Store เยอะมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ดังนั้น Concept Store สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้ได้ เพราะ Concept Store ไม่ได้จัดแสดงสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งเฉพาะเจาะจง แต่มีสินค้าหลายๆ อย่าง หรือมีรวมบริการอย่างอื่นเข้าไปด้วย ซึ่งเทรนด์นี้ที่มิลาน โตเกียว ผุดขึ้นเป็นดอกเห็ด ยกตัวอย่างเช่น ร้านขายเฟอร์นิเจอร์ที่มีส่วนของร้านตัดผม สปา และร้านหนังสือด้วย หรือซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีร้านขายดอกไม้และร้านขายซีดีแผ่นเสียง หรือร้านขายจักรยานและอุปกรณ์ที่มีจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปา และมีการแสดงดนตรีสดและขายแผ่นเสียงด้วย Chain ธุรกิจบริการยักษ์ใหญ่อย่างสตาร์บัค ก็มีการตอบรับเทรนด์นี้ เห็นได้จากมีการจัดตกแต่งร้านให้มีพื้นที่ให้ลูกค้าเลือกผสมกาแฟในแบบที่ชอบ อีกส่วนจะจัดเป็น Exclusive Lounge คล้ายๆ กับ Business Class ของสายการบิน เรียกว่าเป็นการสร้างเรื่องราว สร้างการจดให้ฉีกไปจากรูปแบบเดิมๆ”

ประธานสมาพันธ์ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ไทย ทิ้งท้ายว่า “ครั้งนี้ถือเป็นครั้งที่ 6 ที่กำหนดวันเจรจาธุรกิจตายตัวเช่นเดียวกับงาน International Fair ทั่วโลก ข้อดีคือทำให้บายเออร์ไม่ต้องถามว่าปีหน้าจัดวันไหน วิชาการตัดสินใจบินมางานก็ง่ายขึ้น เรามีความพร้อมในการจัดงานครั้งนี้เป็นอย่างมาก ที่สำคัญคือวันจำหน่ายปลีกวันสุดท้ายของงาน ตรงวันที่ 23 ตุลาคมซึ่งเป็นวันหยุด ผมหวังว่างานในครั้งนี้ จะได้ผลตอบแทนอย่างที่ตั้งเป้าหมายไว้และขออวยพรให้ผู้

ประกอบการ ได้รับผลตอบรับตามที่หวังไว้ทุกประการ”

งานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน เดือนตุลาคม 2558 เปิดเป็นวันเจรจาธุรกิจ วันที่ 19-21 ตุลาคม 2558 เวลา 10.00-18.00 น. และเปิดจำหน่ายปลีก วันที่ 22-23 ตุลาคม 2558 เวลา 10.00-21.00 น. ผู้สนใจข้อมูลเพิ่มเติมและลงทะเบียนเข้าชมงานล่วงหน้าได้ที่ www.bigandbih.com
