

บทบาทของงานแสดงสินค้า

ในการเป็นส่วนผสมทางการตลาด

กรณีศึกษา #1

ประโยชน์ของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ:

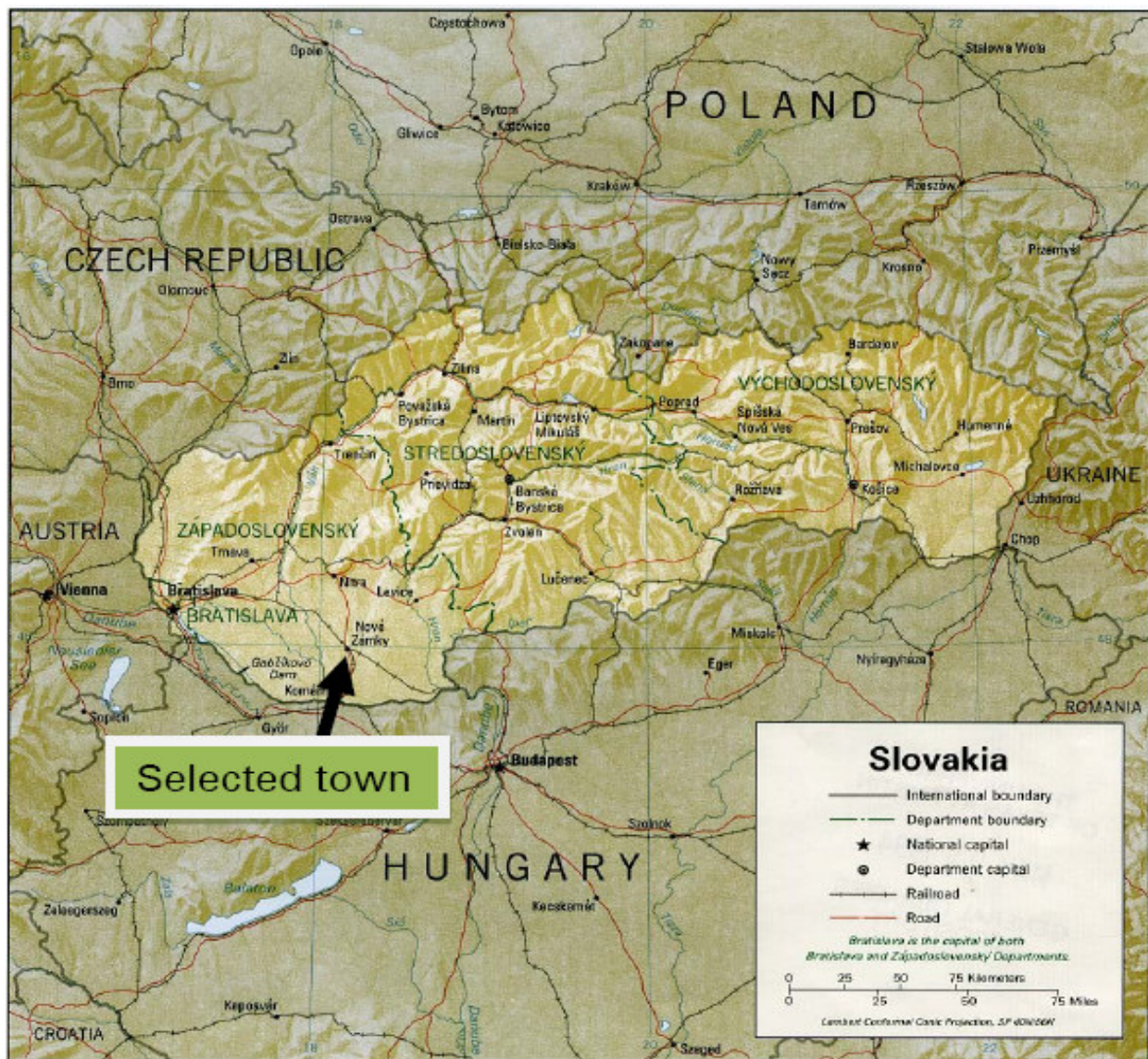
การจัดตั้งบริษัทจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการแห่งใหม่

กรณีศึกษา #1

การจัดตั้งบริษัทจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการแห่งใหม่

ในสมัยก่อน ประเทศแถบยุโรปตะวันออกและยุโรปตอนกลาง ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเศรษฐกิจ จากระบบการวางแผนจากส่วนกลาง (Centrally planned economic) สู่ระบบตลาด (Market economy) จึงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมอาหาร ส่วนสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภคได้มีการผลิตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ในเมืองขนาดกลาง (มีพลเมืองประมาณ 150,000 คน) ของประเทศสโลวาเกีย ก็ต้องเผชิญกับปัญหานี้ กล่าวคือ ที่ศูนย์รวมวงจรของอดีตกองทัพ ที่เคยใช้เป็นสถานที่ในการผลิตรถถัง ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นสถานที่ในการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคสำหรับพลเรือน จึงกลายเป็นอาคารขนาดใหญ่สำหรับการผลิตและยังมีพื้นที่ว่างอีก



ผู้บริหารของบริษัทจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในอังกฤษ ต้องการจัดงานแสดงสินค้าที่มีความแตกต่างกันในสถานที่จัดงานแห่งใหม่เพื่อเป็นการเปิดตลาดยุโรปตอนกลางและตะวันออก โดยในระยะแรกหรือระยะการพัฒนา มีความตั้งใจที่จะจัดงานแบบเฉพาะขึ้นจำนวน 2 งาน หลังจากนั้นจึงจะจัดงานอื่นๆเมื่อการจัดงานในระยะแรกประสบความสำเร็จ

ผู้บริหารของบริษัทจัดงานแสดงสินค้าจากอังกฤษ จึงได้มองหาโอกาสเพื่อการลงทุนในทำเลแห่งใหม่

ยุโรปกลาง



ผลการวิจัยตลาดได้แสดงให้เห็นว่า เมืองขนาดกลางแห่งนี้ มีตำแหน่งทางกายภาพที่สมบูรณ์ ในการเป็นพื้นที่ในการจัดแสดงงาน

ดังนั้นหลังจากการสำรวจพื้นที่ทางการทหารในอดีต กลุ่มบริษัทชาวอังกฤษได้ลงความเห็น ว่าทำเลและการเป็นศูนย์อุตสาหกรรมครบวงจรนี้ มีความเหมาะสมสำหรับการสร้างศูนย์แสดงสินค้าและนิทรรศการแห่งใหม่ตามที่ทางบริษัทได้วางแผนเอาไว้ ซึ่งการลงทุนบางอย่างและการสร้างใหม่ก็เป็นที่ยอมรับได้ แต่ยังมีบางสิ่งทางบริษัท พบว่ายังไม่เหมาะสม นั่นก็คือ เรื่องของถนนหนทางและโครงการพื้นฐานด้านการจราจร โดยสภาพในปัจจุบัน ถือว่ามีสภาพค่อนข้างแย่ ดังนั้นก่อนที่จะเริ่มดำเนินโครงการ ทางบริษัทต้องได้รับการยืนยันจากสภาท้องถิ่นเกี่ยวกับการลงทุนในระบบสาธารณะในพื้นที่แห่งนี้เสียก่อน ดังนั้นทางบริษัทจึงได้เริ่มดำเนินการเจรจาในประเด็นดังกล่าวกับตัวแทนท้องถิ่น



งานแสดงสินค้าที่ได้วางแผนไว้ว่าจะจัดในประเทศสโลวาเกียในระยะแรก

1. บริษัทจัดงานแสดงสินค้าชาวอังกฤษ ต้องการจัดงานแสดงสินค้าโดยมุ่งเน้นการติดต่อระหว่างธุรกิจกับธุรกิจเป็นสำคัญ เป็นงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับอาหาร (Food) เครื่องดื่ม (Drink) และการโรงแรม (Hospitality) หรือมีชื่องานว่า FDH Slovakia ใช้ระยะเวลาจัดแสดง 5 วัน โดยงานแสดงสินค้านี้เกี่ยวข้องกับแนวคิดในระบบใหม่หรือระบบตลาดของสโลวาเกียที่จะกระจายประโยชน์ด้านการค้าให้กับประเทศในแถบยุโรปตะวันออกและยุโรปตอนกลาง
2. สำหรับประเทศสโลวาเกียในอีก 15 ปีข้างหน้า จะมีอพาร์ทเมนต์และบ้านผุดขึ้นอีกมากมายไม่น้อยกว่า 2 ล้านยูนิต ซึ่งจะเป็นการสร้างตลาดสำหรับสินค้าเพื่อการก่อสร้างขนาดใหญ่ในอนาคต ดังนั้นบริษัทจัดงานแสดงสินค้าชาวอังกฤษจึงได้วางแผนที่จะจัดงานแสดงสินค้าขึ้น โดยให้ชื่องานว่า “House Building Slovakia” และใช้ระยะเวลาจัดแสดงงาน 5 วัน เป็นงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน รวมไปถึงสินค้าการติดตั้งต่างๆ เช่น ระบบความร้อน ระบบระบายอากาศ และระบบปรับอากาศ เป็นต้น

หลังจากแก้ไขข้อบกพร่องในการนี้ศึกษา ผู้เรียนจะได้เรียนรู้และเข้าใจอย่างครอบคลุม เกี่ยวกับประโยชน์หรือผลกระทบของอุตสาหกรรมนิทรรศการที่มีต่อชุมชนและพื้นที่โดยรอบ รวมไปถึงมุมมองการเปลี่ยนแปลงจากผู้จัดงาน ผู้แสดงสินค้า และผู้เข้าชมงาน สู่ความต้องการด้านเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น

ผู้เรียนจะได้พบว่า มีหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ นอกจากนี้ผู้เรียนจะได้ทำความเข้าใจว่าภูมิภาคหรือท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากเงินหมุนเวียนที่ใช้จ่ายในงานแสดงสินค้า รวมไปถึงท้องถิ่นจะเป็นที่รู้จักและจดจำได้ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ของภูมิภาคและท้องถิ่น

ในไม่ช้า บริษัทจัดงานแสดงสินค้าชาวอังกฤษก็นึกได้ว่า ตัวแทนเจรจาซึ่งนี้ไม่ออกเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เมื่อทางบริษัทต้องการลงทุนโดยตรงในการผลิตอาหารและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภค การเจรจาจึงมีอุปสรรคขึ้น

ทั้งสองฝ่ายจึงแนะนำให้มีการประชุมหารือในประเด็นต่างๆ เป็นครั้งสุดท้าย โดยหลังจากนั้นสภาท้องถิ่นจะดำเนินการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการและการลงทุนที่จำเป็นต่างๆ

บริษัทจัดงานแสดงสินค้าชาวอังกฤษยังคงมั่นใจว่า ทำเลดังกล่าวมีความเหมาะสมสำหรับจัดตั้งโครงการ จึงมีความตั้งใจในการเตรียมตัวอย่างรอบคอบสำหรับการประชุมที่จะมีขึ้น

ให้ผู้เรียนเตรียมการนำเสนอ โดยให้อธิบายถึงข้อดีหรือประโยชน์ของโครงการที่มีต่อท้องถิ่นและภูมิภาค โดยการอธิบายต้องเป็นไปตามแต่ละข้อความที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ข้อความที่กำหนด #1

บริษัทจัดงานแสดงสินค้า ใช้บุคคลากรจัดงานในจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของท้องถิ่นและภูมิภาค

ข้อเสนอแนะเป็นนัย สำหรับผู้สอน

ในการโต้แย้งเกี่ยวกับข้อความข้างต้น ผู้เรียนควรได้อ่าน “บทที่ 3: ประโยชน์ที่ได้รับจากงานแสดงสินค้า, ก. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ”

ควรมีการสนทนาหรือหารือกันในคำถามต่อไปนี้ ก่อนที่จะมีการอภิปรายหรือโต้แย้งกันในข้อความที่กำหนดข้างต้น

- ในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ผู้จัดงานต้องคำนึงถึงอะไรบ้าง?
(เช่น บุคคลากร วัสดุอุปกรณ์ บริการต่างๆ)
- ในกรณีที่ผู้แสดงสินค้ามาจากต่างประเทศ จะมีการเตรียมการในเข้าร่วมงานแสดงสินค้า อย่างไร ?
- ผู้แสดงสินค้าชาวประเทศข้างต้น ต้องการสิ่งสนับสนุนอะไรบ้าง ในการจัดแสดงสินค้า?
(เช่น บุคคลากร วัสดุอุปกรณ์ ผู้ให้บริการต่างๆ)
- ในกรณีที่ผู้เข้าชมงานมาร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อการค้า มีที่สถานที่ใดบ้างที่ผู้เข้าชมงานจะใช้จ่ายเงิน และทำไม ?

ข้อความที่กำหนด #2

ผลตอบแทนในการลงทุนค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่มีมูลค่าสูงมาก

ข้อเสนอแนะเป็นนัย สำหรับผู้สอน

ในการโต้แย้งเกี่ยวกับข้อความข้างต้น ผู้เรียนควรได้อ่าน “บทที่ 3: ประโยชน์ที่ได้รับจากงานแสดงสินค้า, ก. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ”

ควรมีการสนทนาหรือหาหรือกันในคำถามต่อไปนี้ ก่อนที่จะมีการอภิปรายหรือโต้แย้งกันในข้อความที่กำหนดข้างต้น

- หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศของรัฐบาลท้องถิ่น รัฐบาลส่วนภูมิภาค และ รัฐบาลแห่งชาติ มีอะไรบ้าง ?
- การลงทุนในสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับที่ใช้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เป็นหน้าที่ของรัฐบาล ใช่หรือไม่?
- การดำเนินงานใน(การจัด)งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เป็นหน้าที่ของรัฐบาล ใช่หรือไม่?
- ส่วนต่างหรือกำไรของการลงทุน มีการคำนวณอย่างไร ?

ข้อความที่กำหนด #3

อัตราการใช้ประโยชน์ ในสถานที่และโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนงานแสดงสินค้าและนิทรรศการที่จัดขึ้น เพียงปีละ 2 งาน

ข้อเสนอแนะเป็นนัย สำหรับผู้สอน

ในการโต้แย้งเกี่ยวกับข้อความข้างต้น ผู้เรียนควรได้อ่าน “บทที่ 1: งานแฟร์ (Fair) งานมหกรรม (Exposition) และงานนิทรรศการ (Exhibition), ข. ประเภทของงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า”

ควรมีการดำเนินงานเกี่ยวกับการวิจัยตลาด ต่อไปนี้ (โดยการใช้ฐานข้อมูลที่ได้กล่าวถึงในหน้า???) ก่อนที่จะมีการอภิปรายในข้อความที่กำหนดข้างต้น

- ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับระยะเวลาการจัดงาน ของงานแสดงสินค้าเพื่อผู้ประกอบการและเพื่อผู้บริโภค
- ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเดือนที่เลือกใช้จัดงานแสดงสินค้า
- ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับวงจรหรือรอบของการจัดงาน ของแต่ละงานที่แตกต่างกัน
- ถ้าหากผู้เรียนสนใจในรายละเอียดมากกว่านี้ สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากคู่มือของผู้จัดงาน ซึ่งจะใช้เวลาในการติดตั้งและรื้อถอน สำหรับงานแสดงสินค้าจำเพาะ

ควรมีการสนทนาหรือหารือกันในคำถามต่อไปนี้ ก่อนที่จะมีการอภิปรายหรือโต้แย้งกันในข้อความที่กำหนดข้างต้น

- งานแสดงสินค้าเพื่อการค้าหรือเพื่อผู้บริโภค มักจัดขึ้นเมื่อใด (เดือน ระยะเวลาการจัดจัดงาน วัน เวลา เป็นต้น)?
- จำนวนการใช้สถานที่ในการจัดแสดงงานสูงสุดตามแบบทฤษฎี (365 วัน) และตามแบบปฏิบัติ (365 - วันหยุดเทศกาล - วันสำคัญทางศาสนา และอื่นๆ) มีลักษณะเป็นอย่างไร?

ข้อความที่กำหนด #4

มีบริษัทที่ประกอบการเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฉพาะในชุมชนเพียงไม่กี่บริษัท ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการดังกล่าวขึ้น

ข้อเสนอแนะเป็นนัย สำหรับผู้สอน

ในการโต้แย้งเกี่ยวกับข้อความข้างต้น ผู้เรียนควรได้อ่าน “บทที่ 3: ประโยชน์ที่ได้รับจากงานแสดงสินค้า, ก. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ”

ควรมีการดำเนินงานเกี่ยวกับการวิจัยตลาด ต่อไปนี้ (โดยการใช้ข้อมูลที่ได้กล่าวถึงในหน้า 28-31, 33) ก่อนที่จะมืออภิปรายในข้อความที่กำหนดข้างต้น

- ให้นำรายงานของงานแสดงสินค้าเพื่อการค้าหลังจบงานมาศึกษา และทำการเปรียบเทียบบริเวณที่ใช้ในการจัดแสดงงานสำหรับงานแสดงสินค้าเหล่านั้น (ใช้ระยะทางเป็น กิโลเมตร) โดยให้ทำการเปรียบเทียบระหว่างงานแสดงสินค้าเพื่อการค้าและงานแสดงสินค้าเพื่อการบริโภค
- ให้ใช้รายงานเกี่ยวกับงานแสดงสินค้าข้างต้น เพื่อจัดทำรายชื่อของประเทศต่างชาติ ที่มีผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าชมงานเดินทางมาจากประเทศเหล่านั้น
- ให้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากฐานข้อมูลอัจฉริยะ หรือ www.auma.de

ควรมีการสนทนาหรือหารือกันในคำถามต่อไปนี้ ก่อนที่จะมีการอภิปรายหรือโต้แย้งกันในข้อความที่กำหนดข้างต้น

- งานแสดงสินค้าเพื่อการค้าและเพื่อการบริโภค มักจัดขึ้นในพื้นที่หรือประเทศที่มีลักษณะเป็นอย่างไร ?
- เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างงานแสดงสินค้าในประเทศกับงานระดับนานาชาติ ข้อแตกต่างในการเลือกสถานที่และประเทศในการจัดงานทั้งสองลักษณะคืออะไร จงแสดงความคิดเห็นทั้งแง่ของผู้แสดงสินค้าและแง่ของผู้เข้าชมงาน?

ข้อความที่กำหนด #5

สมาชิกของสภาท้องถิ่นบางคนแย้งว่า พวกเขาไม่เห็นโอกาสหรือประโยชน์ของการจัดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคนี้เลย เพราะว่าประชาชนในสโลวาเกียมักจะอ่านหนังสือพิมพ์ อ่านนิตยสาร ดูโทรทัศน์ หรือติดต่อกับพนักงานขายโดยตรง มากกว่าที่จะมาเข้าชมงานแสดงสินค้าที่จะจัดขึ้น

ข้อเสนอแนะเป็นนัย สำหรับผู้สอน

ในการโต้แย้งเกี่ยวกับข้อความข้างต้น ผู้เรียนควรได้อ่าน

บทที่ 3: ประโยชน์ที่ได้รับจากงานแสดงสินค้า, ค. ความสำคัญของงานแสดงสินค้าที่มีต่อผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า

บทที่ 4: งานแสดงสินค้าเป็นการตลาดแบบครบวงจร, ข. ลักษณะเฉพาะของการตลาดครบวงจร

บทที่ 5: การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า, ค. การกำหนดเป้าหมายของการเข้าร่วมงาน

ควรมีการดำเนินงานเกี่ยวกับการวิจัยตลาดต่อไปนี้ (โดยการข้อมูลที่ได้กล่าวถึงในหน้า 88) ก่อนที่จะมีอภิปรายในข้อความที่กำหนดข้างต้น

- ในกรณีที่ผู้เรียนมีความสนใจ ผู้เรียนควรได้ศึกษารายละเอียดในคู่มือผู้แสดงสินค้า เกี่ยวกับเครื่องมือหรือรูปแบบในการโฆษณาที่ทางผู้จัดงานสนับสนุนแก่ผู้แสดงงาน

ควรมีการสนทนาหรือหารือกันในคำถามต่อไปนี้ ก่อนที่จะมีการอภิปรายหรือโต้แย้งกันในข้อความที่กำหนดข้างต้น

- ความสำคัญของการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีความสำคัญอย่างไร ?
- งานแสดงสินค้าแบบจำลองผ่านอินเทอร์เน็ต (Virtual exhibition) จะมีลักษณะอย่างไรในอนาคต ?
- ในอนาคต งานแสดงสินค้าแบบจำลองผ่านอินเทอร์เน็ต (Virtual exhibition) จะเข้ามาทดแทนงานแสดงสินค้าจริงได้หรือไม่ ?