



กิตทางดำเนินธุรกิจของ "รีด เทรดดิ้ง" บริษัท เอ็กซีคิวทีฟรายใหญ่ในประเทศไทย ภายใต้การขับเคลื่อนของกรรมการผู้จัดการคนใหม่ จะเป็นอย่างไ ย่านได้จากสัมภาษณ์ นาย อิศระ บุรินทร์ภามาศย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท รีด เทรดดิ้ง จำกัด

ตั้งเป้ารายได้ถึง 15-20%

เอ็มดีใหม่ รีด เทรดดิ้ง เปิดใจว่า การทำงานที่ผ่านมาของเขา แม้จะคร่ำหวอดอยู่ในแวดวงด้านไอทีมานาน แต่การก้าวเข้าสู่ธุรกิจแสดงสินค้าหรือเอ็กซีคิวทีฟ ซึ่งเป็นอีกบทบาทใหม่ เขามองว่า ในแง่การบริหารองค์กรไม่ได้แตกต่างกัน แต่ในแง่ของธุรกิจเอ็กซีคิวทีฟ มีความหลากหลาย ต้องติดต่อกับกลุ่มลูกค้าต่างกัน การทำงานต้องทุ่มเทอดท่งปี เพื่อการจัดงานเพียงไม่กี่วัน ทั้งยังมีส่วนสำคัญในธุรกิจโมบ์ (ประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้า) ของประเทศไทย

เนื่องจากภาพรวมของธุรกิจโมบ์ ในปี 2558 จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือที่เสียบ ทบว่าสร้างรายได้เข้าประเทศรวมกว่า 8.7 หมื่นล้านบาท เติบโต 8% ซึ่งในจำนวนนี้เป็นรายได้ที่มาจากเอ็กซีคิวทีฟ 1.5 หมื่นล้านบาท เติบโต 12% เฉพาะเอ็กซีคิวทีฟ มีการขยายตัวสูงกว่าการเติบโตของโมบ์ในภาพรวมเสียอีก อีกทั้งจากการจัดเก็บข้อมูลของรีดยังพบว่า ในปีที่ผ่านมาการจัดงานแสดงสินค้าของรีดก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศรวม 2.8 หมื่นล้านบาท (ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อาหาร การท่องเที่ยว ของคนต่างชาติที่เข้ามาร่วมงาน รวมถึงมูลค่าการซื้อขายภายในงานที่เกิดขึ้น) และปีนี้คาดว่าจะอยู่ที่ 3.2 หมื่นล้านบาท (เฉลี่ยเติบโต 15% ต่อปี

"ดังนั้นเป้าหมายของรีดเราจึงวางการเติบโตไว้ที่ตัวเลข 2 หลักทุกปี โดยเติบโตอยู่ที่ราว 15-20% ซึ่งผมมองว่าการตั้งเป้าหมายต้องตั้งให้เติบโตสูงกว่าธุรกิจเอ็กซีคิวทีฟที่เราอยู่ เราต้องวิ่งหรือซบให้เหนือกว่า และต้องพยายามวิ่งให้นำสภาวะเศรษฐกิจอยู่ตลอดเวลา ผมมีแนวคิดว่าสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันแม้เศรษฐกิจ

สมาร์ท เอ็กซีคิวทีฟ

วิสัยทัศน์ยุคดิจิทัล

เอ็มดีใหม่ 'รีด เทรดดิ้ง'



• อิศระ บุรินทร์ภามาศย์

โลกจะอยู่ในภาวะซบซึ้ง และระชาดบัจฉัยกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวที่เป็นรูปธรรม สิ่งหนึ่งที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความมั่นใจในภาคอุตสาหกรรมของไทย คือ งานเอ็กซีคิวทีฟ การมีผู้ซื้อผู้ขายมาร่วมตัวกันมาก แสดงว่าพื้นฐานธุรกิจมีความพร้อมอยู่ต่างประเทศมองมาเห็นการจัดงานในไทย ยังคึกคัก เขาก็มีงานประเทศไทยได้ทั้งภาพลักษณ์และการลงทุนในไทย นี่จึงเป็นสาเหตุที่เราหยุดเติบโตไม่ได้ และต้องได้นำสภาพเศรษฐกิจเสมอ"

ชุกอัยกับคุณภาพโชว์

ในด้านของวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนองค์กร เขายืนยันว่าจากแบ็กกราวด์ด้านไอที ที่เคยเป็นผู้บริหารงานในบริษัท สมารท์เทอร์ราว์ จำกัด ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์โซลูชัน ภายใต้กลุ่มบริษัท สามารถคอร์ปอเรชัน และสำนักพิมพ์แมคกรอฮิล อินเตอร์เนชันแนล เอ็นเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี มาก่อน ทำให้เขาได้นำนวัตกรรมเทคโนโลยี มาช่วยยกระดับคุณภาพของโชว์ต่างๆของรีด ภายใต้กลยุทธ์ "สมาร์ท เอ็กซีคิวทีฟ" ที่จะใช้ดิจิทัลมาขับเคลื่อนเอ็กซีคิวทีฟแบบครบวงจร เนื่องจากเห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีการรับรู้อาสาผ่านโซเชียล เน็ตเวิร์กเพิ่มขึ้น

โดยเขาตั้งเป้าหมายว่าในปี 2560 ในทุกงานแสดงสินค้าที่รีดจัดขึ้น จะต้อง มีโมบาย แอปพลิเคชันที่มีข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับงานนั้นๆ ให้ผู้เข้าชมงานดาวน์โหลดฟรี เพื่อวางแผนล่วงหน้า ในการเข้าชมงานอย่างสะดวกสบายรวมถึงเพิ่มประ

สิทธิภาพในการจัดตารางนัดหมายและเจรจาธุรกิจภายในงานของผู้เข้าชมได้ล่วงหน้า เพิ่มเติมจากการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ และโซเชียล มีเดียต่างๆ ของโชว์ต่างๆ ที่ทำกันอยู่เดิม ที่ผ่านมารีดเริ่มทำโมบาย แอปพลิเคชันแล้ว ใน 2 งานใหญ่ ซึ่งเป็นการจัดงานที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน คือ แมนูแพกเจอร์ เอ็กซีโป (งานด้านอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมสนับสนุน) และงานเมทิลเล็กซ์ (งานแสดงเครื่องจักรกลและเทคโนโลยีโลหะการ)

การพัฒนาโมบาย แอปพลิเคชัน ถือเป็นงานหน้าบ้าน ที่ช่วยเรื่องของการวางแผนในการชมโชว์ให้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันเขาก็ทำไอที มาพัฒนาในงานในระบบหลังบ้านด้วย คือ การพัฒนาดาต้าเบส ซึ่งจากการสะสมข้อมูลมาหลายปี ปัจจุบันมีเกินกว่า 1 ล้านเรกคอร์ด และมีการขุดค้นหาข้อมูลมาตลอด ทำให้มีข้อมูลที่มีคุณภาพ และมีความแม่นยำสูง ทั้งยังมีการนำซอฟต์แวร์ เข้ามาช่วยบริหารจัดการข้อมูล การจับคู่ธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถบอกได้ว่าผู้ซื้อผู้ขายรายใดที่เหมาะสมกับเขา สมควรจะเป็นงานแสดงสินค้าชนิดที่ตอบโจทย์ ทั้งรีดยังมีบริการเสริมที่เรียกว่า "Match Making Delegate" ส่งทีมไปพบผู้ซื้อตัวจริง สร้างความมั่นใจ และช่วยเรื่องการทำผู้เข้าชมงานเข้ามา เพื่อให้การจัดงานที่เกิดขึ้นได้ประโยชน์ทุกฝ่าย ไม่ใช่ไปค้นหากันอย่าง ตามบูธต่างๆภายในงานเพียงช่องทางเดียว อีกทั้งในอนาคตก็ยังมองว่ายังมีอีกหลายเทคโนโลยีที่นำมาใช้



Media ฐานเศรษฐกิจ

Date 26-28 พฤษภาคม 2559 Page 26

ในเรื่องของสมาร์ท เอ็กซิปีชั่นได้ ไม่ว่าจะ เป็นสมาร์ท วอตช์ ที่เข้าอินเทอร์เน็ต ได้ ก็สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งในงาน และหลังงาน เป็นต้น

เล็งเปิดโชว์ใหม่ด้านไลฟ์สไตล์

ขณะที่การจัดงานเอ็กซิปีชั่นของ ริด ซึ่งปกติจะอยู่ที่ 8-10 งานต่อปีนั้น คุณเอ็สระ ยังเชื่อมั่นว่าการจัดงานต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปีนี้ จะมีผู้เข้าชมงาน (วีลิต เดอร์) ราว 2.2 แสนคนเพิ่มขึ้น 10% จาก ปีที่ผ่านมา อยู่ที่ 2 แสนคน และมีเอ็กซิ บิเตอร์ เข้าร่วมงานราว 1.7 พันราย เติบโต 5-7% จากปีที่ผ่านมามีอยู่ที่ราว 1.5 พัน ราย โดยเขายืนยันว่าปีนี้เป็นสเกลการจัดงานของ ริดในแง่ของพื้นที่ถือว่ามีการขยายตัวมาก เนื่องจากจัดงานใหญ่ในปีนี้ คืองานแม ทิลเล็กซ์ ซึ่งเป็นอีเวนต์เมทัลเล็กซ์ ใน เดือนพฤศจิกายนนี้ จะยิ่งใหญ่กว่าทุกปี เพราะทางไบเทคจะดำเนินการขยายพื้นที่ จาก 4.6 หมื่นตารางเมตรเป็น 6.4 หมื่น ตารางเมตรแล้วเสร็จ และเมทัลเล็กซ์ จะ เป็นงานแรกที่จะใช้พื้นที่จัดงานเต็มพื้นที่ ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ดีมาก เพราะที่ผ่านมามี ตัวพื้นที่ของไบเทคที่มีจำกัด ทำให้การ ขยายพื้นที่จัดงานไม่สามารถทำได้ ส่วน ของเมนูแพคเกจจิ้ง เอ็กซิปี 2016 วันที่ 22-25 มิถุนายนนี้ ที่ไบเทค ก็คาดว่า จะมีวีลิตเดอร์เข้าร่วมงานจาก 7 หมื่นคน เป็น 1 แสนคน

"ต้องยอมรับว่าเครื่องจักรรุ่นใหม่ มีความต้องการที่จะนำมาใช้ในอุตสาหกรรม บางประเภทเพิ่มขึ้น เพราะมีความแม่นยำ สูง ขณะที่เทคโนโลยีเดิมที่มีไม่ครบวงจร ทำให้งานเอ็กซิปีชั่น ด้านอุตสาหกรรม ที่ เน้นบูทบู๊ (ธุรกิจต่อธุรกิจ) ที่รีตจอย์ จึง ได้รับความสนใจและมีการเติบโตที่ดีเพิ่ม ขึ้นทุกปี"

นอกจากการจัดงานตามตารางที่ จัดอยู่ทุกปีหรือปีเว้นปีแล้ว ริดยังมองถึง การเปิดตัวงานเอ็กซิปีชั่นใหม่ที่จะเกิดขึ้น ในไทย ที่จะเป็นโชว์ด้านอุตสาหกรรมที่ เกี่ยวเนื่องกับไลฟ์สไตล์ ที่มีทั้งการนำโชว์ ไนกลุ่มวีดี เอ็กซิปีชั่น ซึ่งเป็นบริษัทแม่ ในต่างประเทศ ดึงมาจัดในไทย อย่าง งาน อิน-คอสเมติก เอเชีย ซึ่งเป็นงาน ของริด เอ็กซิปีชั่น ยูเค ที่เราดึงมาจัดใน ไทยช่วงเดียวกับงาน COSMEX ทั้งใน ส่วนวีดี เทรดเด็คซ์ เองก็มองว่าจะจัดงาน ใหม่ด้วย ซึ่งหรือกันว่าจะเป็นงานที่เกี่ยวข้อง กับศิลปะและความเชื่อ คาดว่าจะเปิดตัว ได้ในช่วงปลายปีนี้ เพราะนอกจากการจัด งานเอ็กซิปีชั่นในภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่ถือเป็นจุดแข็งของริดแล้ว เรายังมอง ที่จะสร้างรากฐานในอุตสาหกรรมอื่นๆด้วย ซึ่งอุตสาหกรรมด้านไลฟ์สไตล์ ก็เป็นจุด ที่จะเข้าไปเจาะในการสร้างสรรค์โชว์ใหม่ๆ ได้ โดยเป็นทั้งในรูปแบบบูทบู๊และบางส่วน ก็เป็นบูทบู๊ด้วย

ทั้งหมดนี้เป็นกลยุทธ์การขับเคลื่อน ธุรกิจของริด เทรดเด็คซ์ ภายใต้การบริหาร งานของเอ็มดีคนใหม่