



แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

30 สิงหาคม 2564

แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

ปี 2021 งานแสดงสินค้า รอดหรือไม่

ในฐานะผู้บริหาร Köln Messe ที่สุด นาย Gerald Böse ก็จะได้โกนหนวดเครา หลังจากได้ปล่อยให้หนวดเครายาวมา ตั้งแต่กรกฎาคม 2020 และสัญญาไว้ว่า จะโกน “หนวดเครา รุ่นโคโรนา” ก็ต่อเมื่อสามารถจัดงานแสดงสินค้าได้อีกครั้ง ในที่สุด วันที่ 9 กันยายน จะมีการจัดงานแสดงสินค้า



ชั้นนำ ด้านสินค้าสำหรับเด็กเล็ก และเด็ก งาน Kind + Jugend ขึ้นใน Köln Messe แต่ในทางกลับกัน งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับเกมส์ Gamecom และงานเกี่ยวกับการจัดงานแสดงสินค้าดิจิทัล Dmexco ก็ยังต้องจัดเป็นงานแบบออนไลน์ดิจิทัล ต่อไป โดยผู้จัดงานกลัวว่า หากงานแสดงสินค้าแบบปกติ จัดขึ้นในช่วงโคโรนา จะทำให้ขาดทุนอย่างหนัก โดยในเดือนตุลาคมที่จะถึง ก็จะมีการจัดงาน Anuga ที่เมือง Klön แบบปกติ และแบบเสมือนจริง พร้อมกัน โดยครั้งสุดท้ายที่จัดงานแสดงสินค้าบริโภคที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้ากว่า 8,000 บริษัท และมีผู้เข้าชมชมงานกว่า 170,000 คน ส่วนใหญ่มาจากประเทศต่างๆ กว่า 90 ประเทศ “ลูกค้าจำนวนมาก ต้องการที่จะกลับมาชมแสดงสินค้าในงานอีกครั้ง” นาย Böse กล่าว โดยกลุ่มผู้ประกอบการจัดงานแสดงสินค้า ต่างก็เฝ้ารอที่จะเริ่มต้นใหม่อีกครั้ง โดยเฉพาะงานช่วงฤดูใบไม้ผลิ ที่เป็นงานที่ทำเงินเป็นหลัก “ขอให้เปิด” เสียงของกลุ่มผู้ประกอบการจัดงานแสดงสินค้าที่ส่วนใหญ่ ยังอยู่ในระบบ Kurzarbeit (ลดเวลาการทำงาน หรือไม่ต้องมาทำงาน โดยได้รับเงินจากรัฐอย่างต่ำ ร้อยละ 60 ของเงินเดือน) มานานกว่า 1 ปีแล้ว อีกทั้ง งานแสดงสินค้าแบบเสมือนจริง ที่รีบกันสร้างขึ้นมา ท้ายสุดก็มีค่าใช้จ่าย มากกว่ารายรับ “แน่นอนที่ธุรกิจงานแสดงสินค้า ค่อยทยอยกลับมาเดินเครื่องอีกครั้ง หลังจากที่มีการหยุดชะงักไปนานกว่า 8 เดือน แต่ในเวลาเดียวกัน ปัญหาด้านการเดินทาง ก็ทำให้ผู้ประกอบการได้ยากขึ้น โดยเฉพาะงานที่เป็นงานระดับนานาชาติ” นาย Jörn Holtmeier ผู้บริหารสมาคมผู้จัดงานแสดงสินค้าเยอรมนี (AUMA - Aussteller- und Messeverband)

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้น ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



ออกมาระบุ โดยแม้ว่าผู้ร่วมแสดงสินค้า และผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า จะไม่ต้องถูกกักตัวถ้าเดินทางเข้าประเทศเยอรมนี ไม่เกิน 5 วัน และมีผลตรวจก่อนการเดินทางเป็นลบ แต่การกระจายตัวของเชื้อโคโรนาสายพันธุ์ Delta ก็ทำให้ความเต็มใจที่จะร่วมงานขนาดใหญ่ลดลง แม้ว่าผู้ที่จะสามารถเข้าร่วมงานได้จะต้องเป็นผู้ที่ได้รับวัคซีนแล้ว หรือหายจากการป่วยแล้ว หรือมีผลตรวจเป็นลบ

เท่านั้น แต่บริษัทขนาดใหญ่ และผู้เข้าชมงานจำนวนหนึ่ง ก็ยังลังเลใจอยู่ อีกทั้งบางกลุ่มธุรกิจ ได้รับผลกระทบจากวิกฤติโคโรนา มากกว่าธุรกิจอื่น ก็ยังคิดหนัก “แน่นอนที่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ จะต้องลดค่าใช้จ่ายด้านการตลาดลง” นาย Holtmeier อธิบาย

ล่าสุด งานแสดงสินค้านานาชาติ และระดับนานาชาติ กว่า 10 งาน ก็ได้ยกเลิกโครงการจัดงานในช่วงฤดูใบไม้ร่วงไปเรียบร้อยแล้ว เช่น งาน Agritechnica ในเมือง Hannover งาน Aluminium ในเมือง Düsseldorf งาน Drinktec ในเมืองมิวนิค งาน Schweißen & Schneiden ในเมือง Essen และงานด้านการออกกำลังกาย Fibo ในเมือง Köln เป็นต้น “ผู้จัดไม่สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ร่วมแสดงสินค้า และพันธมิตร ในการจัดงานระดับโลก ในช่วงฤดูใบไม้ร่วงได้ภายใต้ข้อกำหนดได้ดีพอ” นาย Benedikt Binder-Kriegelstein กล่าว โดย ผู้บริหารบริษัท Reed Exhibitions และผู้ดูแลพื้นที่การจัดงานในประเทศออสเตรีย และเยอรมนี นาย Binder-Kriegelstein ได้เลื่อนงาน Fibo ไปไว้ช่วงเดือนเมษายน ปีหน้าแทน โดยในปี 2019 มีผู้เข้าร่วมชมงานด้านการออกกำลังกาย มากถึง 145,000 คน ซึ่งหากสถานการณ์ยังคงแย่ เช่นนี้ต่อไป ปี 2021 ก็จะเป็นปีหายนะสำหรับธุรกิจงานแสดงสินค้านานาชาติยิ่งกว่าปี 2020 เสียอีก เพราะในปี 2020 ยังสามารถจัดงานช่วงต้นปี ถึงกุมภาพันธ์ และช่วงฤดูร้อนได้บ้าง ผลประกอบการโดยรวมของธุรกิจงานแสดงสินค้า อยู่ที่ร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับผลประกอบการ โดยรวมในปี 2019 จากข้อมูลของ AUMA แจ้งให้ทราบว่า ปี 2021 กว่ร้อยละ 70 ของงานแสดงสินค้านานาชาติในเยอรมนี ได้ถูกยกเลิกไปแล้ว และอีกร้อยละ 10 ถูกเลื่อนไปจัดปีถัดไป สำหรับงานแสดงสินค้านานาชาติประเทศ กว่ร้อยละ 58 ถูกยกเลิก และกว่ร้อยละ 10 ถูกเลื่อนไปจัดปีหน้า ซึ่งส่งผลเสียอย่างหนักกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจงานแสดงสินค้า ที่ช่วงก่อนโคโรนา มีผลประกอบการต่อปี โดยเฉลี่ยกว่า 4 พันล้านยูโร วิกฤติทำให้กลุ่มผู้ประกอบการสูญเสียสภาพคล่อง บริษัทผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติรายใหญ่ ขนาดทุนเป็นตัวเลข 3 หลัก ซึ่งแน่นอน ผู้สนับสนุนหลัก ที่มีมักจะเป็นรัฐ ต้องนำเงินมาชดเชยส่วนที่ขาดหายไป โดยรัฐบาลเยอรมนี ได้ประกาศที่จะช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าว เพิ่มเติม 642 ล้านยูโร “ผู้จัดงานเอกชน ก็ได้รับเงินสนับสนุนเชื่อมต่อธุรกิจ (Überbrückungshilfe) รอบที่ 3 เท่านั้น”

สมาคมผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดงานแสดงสินค้า (Fama - Fachverband Messe und

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้น ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

Ausstellungen) ออกมาโต้แย้ง ไม่ใช่เพียงเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการจัดงานแสดงสินค้าเพียงอย่างเดียว ที่ได้รับผลกระทบ แต่ทั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับงานแสดงสินค้าก็ประสบปัญหา เช่นกัน โดยมีการคำนวณไว้ว่า ทั้งระบบด้านงานแสดงสินค้าได้รับผลกระทบ เทียบเป็นตัวเลข ตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม 2020 เป็นต้นมา เป็นมูลค่าสูงถึง 42 พันล้านยูโร ซึ่งเฉพาะผลกระทบในปีนี้ จนถึงปัจจุบันสามารถคำนวณเป็นมูลค่า 20.6 พันล้านยูโร ข้อมูลสถาบันเพื่อการวิจัยทางเศรษฐกิจของมหาวิทยาลัยมิวนิค (Ifo – Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München) แจ้งว่า ธุรกิจงานแสดงสินค้า มีตำแหน่งจ้างงานที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรง และทางอ้อม มากถึง 231,000 ตำแหน่ง เช่น ผู้สร้างบูธ ธุรกิจโรงแรม ช่างในท้องถิ่น และตำแหน่งอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งได้รับผลกระทบจากการที่งานแสดงสินค้า ไม่สามารถจัดขึ้นได้ นาย Holtmeier กล่าว อีกทั้งผู้ร่วมงานแสดงสินค้า ขาดพื้นที่ในการนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และทำให้บริษัทจำนวนมาก คิดหนักก่อนที่จะเข้าร่วมจัดแสดงสินค้า เช่นกัน โดยภาครัฐ ได้สนับสนุนบริษัท SMEs ในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า โดยได้สนับสนุน ค่าเช่าพื้นที่ และค่าก่อสร้าง



สูงสุด 12,500 ยูโร ซึ่งจะสิ้นสุดลงในช่วงเดือนตุลาคม 2022 “โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs เป็นกลุ่มที่ควรได้รับแรงผลักดัน เพราะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์ที่ดีที่สุดผ่านงานแสดงสินค้า ไม่ว่าจะการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ หรือการสื่อสารแบบตัวต่อตัวเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ดี ที่จะได้พบปะกับลูกค้ารายใหม่ๆ อีกด้วย” นาย Holtmeier กล่าวย้ำ โดยงานแสดงสินค้าเสมือนจริง สามารถทำสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ได้เพียงบางส่วน กว่าร้อยละ 79 ของผู้ใช้บริการงานแสดงสินค้าเสมือนจริงเห็นว่า งานไร้วatson และมีความผูกพันต่ำ ร้อยละ 54 รู้สึกขาดประสบการณ์เชิงประสาทสัมผัส และไร้บรรยากาศงานแสดงสินค้าแบบทั่วไป จากข้อมูลแบบสอบถามผู้ใช้บริการ และผู้แสดงสินค้าของ Business Target Group ที่ผู้จัดงานแสดงสินค้าที่ใหญ่ที่สุด ในเยอรมนี Messe Frankfurt ได้สอบถามลูกค้าเอกชนของบริษัท จำนวน 59,000 ราย และได้คำตอบที่ชัดเจนว่า เพียงร้อยละ 3 เห็นด้วยกับงานแสดงสินค้าแบบดิจิทัลแบบเต็มรูปแบบ ร้อยละ 67 ต้องการให้มีการจัดงานแบบปกติ และร้อยละ 30 เห็นด้วยกับงานแบบ Hybrid “ผลการสำรวจ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า งานแบบ On Site เหมาะสมที่สุด” นาย Wolfgang Marzin ผู้บริหารงานแสดงสินค้า กล่าว “การพบปะเชิงกายภาพ ผสมผสานรูปแบบดิจิทัลจะมีศักยภาพให้ปรับธุรกิจงานแสดงสินค้าแห่งอนาคต ให้เหมาะสมต่อไป” นาย Böse จาก จาก Messe Köln กล่าวย้ำ ในระหว่างที่พื้นที่จัดงานแสดงสินค้าในประเทศเยอรมนี ยังคงเงียบเหงา เพราะถูกบังคับให้หยุดพัก แต่ในบางพื้นที่ก็กลับมาเป็นปกติแล้ว “ในปี 2020 ผู้จัดงานแสดงสินค้าขนาดกลางและใหญ่ เริ่มกลับมาดำเนินธุรกิจ และมีผลประกอบการกลับมาแล้ว โดยเฉพาะในประเทศจีน และในหลายพื้นที่

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ในโลก” นาย Holtmeier จาก AUMA แจ้งให้ทราบ ความสำคัญของประเทศเยอรมนี ในฐานะศูนย์กลางทางเศรษฐกิจงานแสดงสินค้า กำลังลดความสำคัญลงเรื่อยๆ” นาย Jochen Witt ผู้เชี่ยวชาญในวงการกล่าว “โดยในช่วงปีหน้า ผู้จัดงานส่วนใหญ่ ก็ยังคงจะสามารถอยู่รอดได้ด้วยเงินภาษี ต่อไป” สำหรับ Witt แล้ว ถึงเวลาที่จะต้องแยกการเป็นเจ้าของ ออกจากตัวอสังหาริมทรัพย์ รวมไปถึงต้องคิดว่า ควรที่จะมีการรวมตัวกันของผู้บริหารงานแสดงสินค้า ได้หรือยัง เช่นกัน

จาก Handelsblatt 30 สิงหาคม 2564

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด