

รายงานผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2566

ครึ่งปีแรก (ตุลาคม 2565 ถึง มีนาคม 2566)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)



สารบัญ



2 บทที่ 1 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
(Executive Summary)

6 บทที่ 2 แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี
(พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน.

11 บทที่ 3 สถานการณ์อุตสาหกรรมไมซ์ปี 2566

18 บทที่ 4 ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์
ของ สสปน.

18 • เป้าประสงค์ที่ 1 การสร้างรายได้
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประเทศไทยเป็นผู้นำในการ
จัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้
และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย

20 • เป้าประสงค์ที่ 2 การยกระดับศักยภาพ
จุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในภูมิภาค
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับความสามารถ
ในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง
ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์
เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า

22

• เป้าประสงค์ที่ 3 การพัฒนาอุตสาหกรรม
ไมซ์ด้วยนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนนวัตกรรม
ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน
ไมซ์ไทยบนเวทีโลก

23

• เป้าประสงค์ที่ 4 การเป็นองค์กรการ
สมรรถนะสูงและทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การสมรรถนะสูง
ที่คล่องตัวและทันสมัย

25

• เป้าประสงค์ที่ 5 การขับเคลื่อน
อุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วย
ความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

26 บทที่ 5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อขับเคลื่อน
อุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างยั่งยืน

บทสรุปผู้บริหาร Executive Summary



แม้ว่าประเทศไทยจะก้าวผ่านวิกฤต COVID-19 และสามารถเปิดประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้แล้ว แต่ความท้าทายที่เกิดขึ้นหลังจากนี้ ยังเป็นสิ่งที่ สสพ. ในฐานะหน่วยงานด้านการตลาดของไทยต้องรับมือต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการก้าวเข้าสู่โลกเทคโนโลยี Metaverse ของอุตสาหกรรมต่าง ๆ แนวคิดเรื่องความยั่งยืนที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของการจัดกิจกรรมไมซ์ หรือการนำอัตลักษณ์ความเป็นไทยมาสร้างเป็นจุดเด่นของการจัดงานไมซ์ ตลอดจนเทรนด์การจัดงานไมซ์ที่ส่งเสริมให้ทุกคนเข้าถึงอย่างเท่าเทียม

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติให้กลับมาแข็งแกร่งใกล้เคียงกับปี 2562 สสพ. ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ สสพ. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) สนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ TCEB Go โดยตั้งเป้าให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์รวมกว่า 160 ล้านคน และประมาณการรายได้รวมกว่า 945,000 ล้านบาทเข้าสู่ประเทศไทย

เร่งเครื่องฟื้นฟูไมซ์ไทยอย่างต่อเนื่อง ตามแผนยุทธศาสตร์ สสพ. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)

สำหรับแผนยุทธศาสตร์ สสพ. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) อยู่ภายใต้วิสัยทัศน์ 3 ประการ ได้แก่ (1) มุ่งมั่นเป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ (2) ขับเคลื่อนประเทศไทยและพื้นที่เป้าหมายในฐานะปลายทางของไมซ์ และ (3) ให้ความสำคัญกับด้านนวัตกรรมและการสร้างความยั่งยืนร่วมกัน ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์สำคัญหรือ “TCEB GO” ซึ่งเป็นแนวทางหลักในการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนี้

1 มุ่งผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก (T – THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER) อาทิ งานมหกรรมพืชสวนโลกอุดรธานี พ.ศ. 2569 การประชุมสมัชชางานภายใต้โครงการ One Ministry, One Convention ดึงงาน Annual Meetings of the International Monetary Fund และงาน World Bank Group 2026 รวมไปถึงการประชุมสมัชชาขอเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกนครราชสีมา พ.ศ. 2572 และการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงาน Specialised



Expo หรือ Expo 2028, กรุงเทพฯ - ประเทศไทย ปี 2571

ส่วนงานที่กำลังจะจัดช่วงปลายเดือนเมษายนนี้ ได้แก่ Money 20/20 มหกรรมงานด้านการเงินการลงทุนที่ใหญ่ที่สุดระดับโลก ทั้งนี้ สสพ. ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นการดำเนินงานขนาดใหญ่ที่มีจำนวนผู้ร่วมงานสูงเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงศักยภาพของงานที่สามารถรวมกลุ่มนักธุรกิจไมซ์ระดับคุณภาพ และมีกำลังจ่ายสูงเพื่อให้เกิดการใช้จ่าย และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

นอกเหนือจากนี้ ยังวางแผนขยายฐานตลาดใหม่ในอิสราเอล และตะวันออกกลาง เช่น ยูเออี ตลาดเอเชียกลางอย่างคาซัคสถาน ควบคู่ไปกับการรักษาตลาดเดิมที่เป็นตลาดหลักในเอเชียแปซิฟิก เช่น ตลาด CLMV อินเดีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย เกาหลี ญี่ปุ่น และจีน รองลงมาคือ ตลาดอเมริกาเหนือ และยุโรป

2 ยุทธศาสตร์ศักยภาพการรองรับกิจกรรมไมซ์ในแต่ละพื้นที่ (C: Create Destination Competitiveness Through Diverse Local Identity) เน้นสร้างความหลากหลายของอัตลักษณ์ในพื้นที่และประสบการณ์ที่มีคุณค่า ผ่านการพัฒนา และส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชน และเครือข่ายในท้องถิ่น เช่น

พัฒนาเส้นทางสายไมซ์ในแต่ละจังหวัด พัฒนา Product MICE Premium โดยนำสินค้าและบริการท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ และทำการตลาดเชิงพื้นที่เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของเมือง (City DNA) แล้วพัฒนาให้เป็นจุดขายที่น่าจดจำ รวมถึงผลักดันงานเทศกาลสำคัญประจำท้องถิ่นให้เป็นงานเด่นระดับประเทศและระดับนานาชาติ เช่น งานประเพณีถือศีลกินผัก จ.ภูเก็ต งานใหม่นานาชาติ จ.ขอนแก่น กระจ่ายการเติบโตของจุดหมายปลายทางไมซ์ให้หลากหลายและครอบคลุมทั่วประเทศ

3 ส่งเสริมพัฒนากิจกรรมด้านดิจิทัลและนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (E: Execute Innovative MICE Solutions)

เช่น มุ่งพัฒนาศูนย์กลางข้อมูล MICE Intelligence Center ให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล Thailand MICE One Stop Service เพื่ออำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ไมซ์ และดำเนินโครงการ MICE Winnovation อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไมซ์ในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้งาน และแก้ปัญหาจริง

4 มุ่งสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและกับโลก (B: Build Agile and High Performance Organization)

โดยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรด้วยกลยุทธ์ AAA หรือเชื่อมโยงกระบวนการทำงาน (Alignment) เพิ่มความคล่องตัวในการทำงาน (Agile) และทำงานเชิงโครงการแบบบูรณาการข้ามฝ่ายงาน (Agenda-Based) รวมถึงพัฒนาสมรรถนะบุคลากร (Competency) มุ่งเน้นด้านประสิทธิภาพการทำงาน และด้านจิตใจควบคู่ไปกับการมีวัฒนธรรมองค์กรที่มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อส่งเสริมให้ สสพ. เป็นองค์กรที่สมดุลในสภาพแวดล้อมการทำงานและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรอย่างยั่งยืน

5 พลิกโฉมโบชัวไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Go: Go for MICE Sustainability) ผลักดันให้จุดหมายปลายทางไมซ์ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนในระดับนานาชาติ (Global Destination Sustainability Index) และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO 20121 นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการจัดงานแบบคาร์บอนเป็นกลาง (Carbon Neutral Event) พร้อมผลักดันให้ผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ผ่านการรับรองการบริหารจัดการงานอย่างยั่งยืน (Thailand Sustainable Event Management Standard (TSEMS))

จุดเน้นการดำเนินงานปี 2566

สสพ. ปรับการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์โลกที่ดุเดือด โดยมุ่งมั่นที่จะจัดงานระดับโลกเข้ามาจัดในประเทศไทยให้มากขึ้น ภายใต้หลักการที่

ไม่ได้คำนึงถึงจำนวนคนเข้าร่วมงานเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผู้เข้าร่วมงานที่ต้องเป็นกลุ่มไมซ์คุณภาพ (Quality Group) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายสูงตามมา อีกทั้งงานที่จะนำเข้ามาจัดในประเทศไทยนั้นต้องเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศเป็นหลัก

1 รุกตลาดเอเชีย-ยุโรป กู้เศรษฐกิจไทยให้กลับมาคึกคัก

ในช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 – มีนาคม 2566) อุตสาหกรรมไมซ์ไทยและทั่วโลกกลับมาคึกคักอย่างเห็นได้ชัด ผู้คนเริ่มออกเดินทางนอกประเทศมากขึ้น หลังจากอัดอั้นจากการถูกกักตัวมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้ สถิตินักเดินทางไมซ์ในช่วงเวลาดังกล่าว พบว่า ส่วนใหญ่ยังคงเป็นนักเดินทางไมซ์ในประเทศมากกว่าต่างชาติ ซึ่งเป็นที่คาดการณ์กันว่าอาจเนื่องมาจากมาตรการของการเดินทางทางอากาศในบางประเทศที่ยังมีข้อจำกัด สถานการณ์โลกที่ยังมีความไม่แน่นอนโดยเฉพาะสงครามรัสเซีย-ยูเครน ตลอดจนการขาดแคลนบุคลากรในอุตสาหกรรมการบินที่ทำให้สายการบินบางแห่งต้องหยุดชะงัก อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการบินหลังยุค COVID-19 ได้เกิดเส้นทางบินใหม่ๆ ที่เปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งมักเป็นเที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Charter Flight) สำหรับรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักเดินทางโดยเฉพาะกลุ่มไมซ์ เช่น เที่ยวบินอิสราเอล-ไทย เป็นต้น

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการผลักดันให้นักเดินทางต่างชาติเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง ปีนี้ สสพ. ทำงานร่วมกับการบินไทย เดินหน้ารุกตลาดนักเดินทางไมซ์โซนเอเชียและยุโรป โดยเริ่มจากตลาดการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งเป็นกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้าไทยเป็นจำนวนมากตั้งแต่ช่วงกลางปี





สสพ. ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ สสพ. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) สนับสนุน และส่งเสริมอุตสาหกรรมโมบายไทย ภายใต้ ยุทธศาสตร์ TCEB Go โดยตั้งเป้าให้มี จำนวนนักเดินทางโมบายรวมกว่า 160 ล้านคน และประมาณการรายได้รวมกว่า 945,000 ล้านบาทเข้าสู่ประเทศไทย



2565 ผ่านการทำกิจกรรมการตลาดเชิงรุก เช่น การเข้าร่วมงาน เทรดโชว์ การจัดโรดโชว์ในประเทศเป้าหมายหลัก รวมทั้งเร่งจัด กิจกรรมส่งเสริมตลาดในต่างประเทศร่วมกันตลอดปี 2566

โดยช่วงแรกจะมุ่งเน้นกลุ่มประเทศเป้าหมายตลาดระยะใกล้ใน ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและตลาดระยะไกลจากยุโรป โดยเฉพาะใน เส้นทางประจำของการบินไทย และไทยสมายล์ อาทิ ยุโรป อินเดีย ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ฮองกง ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ลาว เวียดนาม กัมพูชา และพม่า ทั้งนี้ กลุ่ม นักเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ชาวจีนจะเดินทางเข้าไทย กันคึกคักตั้งแต่ช่วงเดือนมิถุนายน 2566 เป็นต้นไป โดยคาดว่าจะ มีจำนวนถึง 15,000 คน

2 เจาะตลาดการจัดงานแสดงสินค้าที่บู๊แรงตลอดปี 2566

อุตสาหกรรมการแสดงสินค้า (Exhibitions) นับเป็นอุตสาหกรรม ที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานสูงสุดในช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2566 โดยมีจำนวนทั้งหมด 10,481,941 คน ซึ่งเป็นจำนวน ที่รวมทั้งนักเดินทางไมซ์ต่างชาติและในประเทศ สร้างผลกระทบ ทางเศรษฐกิจสูงสุดในอุตสาหกรรมไมซ์ในช่วงเวลาดังกล่าว โดยคิดเป็นรายได้ 36,698 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าในปีนี้ ยังคง พุ่งแรงต่อเนื่อง หลังจาก สสพ. เข้าร่วมงานประชุม Global CEO FORUM 2023 ของสมาพันธ์อุตสาหกรรมแสดงสินค้าระดับโลก

(UFI : The Global Association of The Exhibition Industry) เมื่อวันที่ 2-4 กุมภาพันธ์ 2566 ณ กรุงลิสบอน ประเทศโปรตุเกส ซึ่งคาดว่าจะมีการใช้พื้นที่ในประเทศไทยรองรับการจัดงานแสดง สินค้านานาชาติอีกกว่า 15 งานภายในปี 2566

ปัจจุบัน สสพ. วางแผนช่วงชิงงานใหญ่ระดับโลก อาทิ งานด้าน พลังงานที่พยายามจะดึงเข้ามาจัดในประเทศไทยร่วมกับผู้จัดงาน จากประเทศอังกฤษ นอกจากนี้ ในปี 2566 สสพ. พยายามผลักดัน งานที่กำลังดำเนินงานภายใต้โครงการ One Ministry, One Convention ให้เป็นงาน One Ministry, One Expo

ทั้งนี้ ด้วยจุดแข็งของประเทศไทยที่มีศักยภาพในหลายมิติ อาทิ (1) ความพร้อมของศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ (2) มีทำเลที่ตั้งอยู่ใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญ และเดินทางสะดวก สบาย (3) เป็นจุดสนใจของธุรกิจเทรนด์โลก โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ พลังงานที่ย้ายฐานนำมามาจัดในไทยเพิ่มขึ้น และ (4) ทิศทาง ของรัฐบาลที่สนับสนุนนโยบาย BCG อย่างชัดเจน จึงคาดว่าจะ ช่วยยกระดับมาตรฐานและส่งเสริมการจัดงานอย่างยั่งยืน สอดรับ กับกระแสการเปลี่ยนแปลงของยุควิถีใหม่ในประเด็นที่สังคมโลก ให้ความสำคัญ และทำให้ทั่วโลกเห็นถึงศักยภาพของประเทศไทย ในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน ทุกรูปแบบ

2 บทที่ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน.

เป้าหมาย 20 ปี

การสร้างรายได้

กระจายรายได้และความเจริญ



วิสัยทัศน์ 5 ปี

“สสปน. มุ่งมั่นเป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ ขับเคลื่อนประเทศไทย



พันธกิจ

เป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จ
ทางธุรกิจในระดับมาตรฐานสากล

ขับเคลื่อนจุดหมายปลายทาง
ให้ก้าวไปข้างหน้าสู่มาตรฐานสากล



ยุทธศาสตร์

T

THAILAND AS GLOBAL
MICE LEADER

ยุทธศาสตร์ที่ 1

ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์
ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อน
เศรษฐกิจของประเทศ

C

CREATE DESTINATION
COMPETITIVENESS THROUGH
DIVERSE LOCAL IDENTITY

ยุทธศาสตร์ที่ 2

ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมาย
ปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์
เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า



เป้าประสงค์

การสร้างรายได้

การยกระดับศักยภาพจุดหมาย
ปลายทางแห่งไมซ์ในภูมิภาค



กลยุทธ์

1

เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้าง
โอกาสทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับ
ประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์

2

ขยายฐานตลาดใหม่ และรักษาตลาดเดิม
ที่มีคุณภาพ สำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์
ระดับชาติและนานาชาติ

1

พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและ
เครือข่ายในท้องถิ่น เพื่อต่อยอดพัฒนา
จุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ และสร้างมูลค่าเพิ่ม

2

สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์
ของท้องถิ่น และสร้างประสบการณ์
แก่นักเดินทางไมซ์

Talent & Teamwork

Customer Focus

Environmental &
Social Responsibility

Be Innovative

พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม

และพื้นที่เป้าหมายในฐานะปลายทางของโมฆะ ด้วยนวัตกรรมและการสร้างความยั่งยืนร่วมกัน”

เร่งขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลง
ของอุตสาหกรรม

เสริมสร้างความยั่งยืนด้วยการสร้างสมดุล
ระหว่างสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

E

EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONs

ยุทธศาสตร์ที่ 3
ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยุทธศาสตร์
ขีดความสามารถในการแข่งขัน
โมฆะไทยบนเวทีโลก

B

BUILD AGILE AND HIGH PERFORMANCE ORGANIZATION

ยุทธศาสตร์ที่ 4
สร้างองค์การสมรรถนะสูง
ที่คล่องตัวและทันโลก

GO

GO FOR MICE SUSTAINABILITY

ยุทธศาสตร์ที่ 5
พลิกโฉมโมฆะไทยด้วยความยั่งยืน
และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาอุตสาหกรรมโมฆะ
ด้วยนวัตกรรม

การเป็นองค์การสมรรถนะสูง
และทันสมัย

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโมฆะ
อย่างยั่งยืน

1

พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมโมฆะ
และส่งเสริมการพัฒนากักตุนด้านดิจิทัล
(MICE Intelligence Center and
Digital Literacy)

2

พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการโมฆะ
(MICE Service Innovation)

Professional

1

พัฒนาระบบและกระบวนการทำงาน
สู่องค์กรที่มีความคล่องตัว

2

พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ
(Competency) และพร้อมต่อการ
ปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นเลิศ

Result-oriented

1

พัฒนากระบวนการสนับสนุนการพัฒนา
ที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมโมฆะ

2

พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและ
บุคลากรในอุตสาหกรรมโมฆะ ในมิติ
ความสามารถในการดำเนินการตาม
แนวทางในการพัฒนาที่ยั่งยืน

Oppportunity Seeking



แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)

เป้าหมาย 20 ปี

- การสร้างรายได้
- กระจายรายได้และความเจริญ
- พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม

วิสัยทัศน์ 5 ปี

“สสพ. มุ่งมั่นเป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ ขับเคลื่อนประเทศไทยและพื้นที่เป้าหมายในฐานะปลายทางของโมซ์ ด้วยนวัตกรรมและการสร้างที่ยั่งยืนร่วมกัน”

พันธกิจ

- เป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจในระดับมาตรฐานสากล โดยสนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และการสร้างความเชี่ยวชาญให้กับธุรกิจ
- ขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางให้ก้าวไปข้างหน้าสู่มาตรฐานสากล ด้วยการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น
- เร่งขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม และยกระดับความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ประโยชน์จากศูนย์ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโมซ์
- เสริมสร้างที่ยั่งยืนด้วยการสร้างสมดุลระหว่างสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีสมรรถนะเทียบเท่ามาตรฐานสากล

“

สสพ. มุ่งมั่นเป็นพันธมิตร
เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ
ขับเคลื่อนประเทศไทยและ
พื้นที่เป้าหมายในฐานะ
ปลายทางของโมซ์ ด้วย
นวัตกรรมและการสร้าง
ความยั่งยืนร่วมกัน ”

ยุทธศาสตร์

● THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER

ยุทธศาสตร์ที่ 1

ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

เป้าประสงค์

การสร้างรายได้

กลยุทธ์

1. เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจและสร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์
2. ขยายฐานตลาดใหม่ และรักษาสถานะเดิมที่มีคุณภาพ สำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับชาติและนานาชาติ

● CREATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY

ยุทธศาสตร์ที่ 2

ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า

เป้าประสงค์

การยกระดับศักยภาพจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในภูมิภาค

กลยุทธ์

1. พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่น เพื่อต่อยอดพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์และสร้างมูลค่าเพิ่ม
2. สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและสร้างประสบการณ์แก่นักเดินทางไมซ์

● EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS

ยุทธศาสตร์ที่ 3

ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก

เป้าประสงค์

การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม

กลยุทธ์

1. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล (MICE Intelligence Center and Digital Literacy)
2. พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (MICE Service Innovation)

● BUILD AGILE AND HIGH PERFORMANCE ORGANIZATION

ยุทธศาสตร์ที่ 4

สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและกับโลก

เป้าประสงค์

การเป็นองค์การสมรรถนะสูงและทันสมัย

กลยุทธ์

1. พัฒนาระบบและกระบวนการทำงานสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว
2. พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ (Competency) และพร้อมต่อการปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นเลิศ

● GO FOR MICE SUSTAINABILITY

ยุทธศาสตร์ที่ 5

พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์

1. พัฒนากระบวนการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
2. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ในมิติความสามารถในการดำเนินการตามแนวทางในการพัฒนาที่ยั่งยืน



สำหรับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) สสพ. กำหนดตามแนวทางยุทธศาสตร์ “ไมซ์ที่ยั่งยืนเพื่อทุกสรรพสิ่ง” (Sustainable MICE for ALL) และกรอบยุทธศาสตร์ “TCEB Go” ซึ่งมีเป้าประสงค์ของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกัน ได้แก่ การพลิกโฉม (GO Transformer) อุตสาหกรรมไมซ์สู่ความเป็นเลิศ (GO Smarter) ในทุกมิติ สามารถสนองตอบความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีอาชีพ สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของยุทธศาสตร์ไมซ์ไทยบนเวทีโลก (GO Higher) รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งของสังคมชุมชน (GO Stronger) อันจะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (GO Together) อย่างไรก็ตาม สสพ. กำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปีไว้ทั้งหมด 3 ระยะด้วยกัน ได้แก่ เป้าหมายระยะสั้น (2566) เป้าหมายระยะกลาง (2567-2568) และเป้าหมายระยะยาว (2569-2570)



เป้าหมายระยะสั้น

(2566):

บริหารจัดการเพื่อพลิกฟื้น
คืนสู่ระดับ พร้อมมุ่งทะยานต่อ

เป้าหมายระยะกลาง

(2567-2568):

เสริมศักยภาพ ยกระดับการสร้าง
คุณค่า เพื่อก้าวทะยานสู่การเป็น
จุดหมายปลายทางคุณภาพ

เป้าหมายระยะยาว

(2569-2570):

เสริมแกร่ง ต่อยอด และสร้าง
ความมั่นคง ด้วยโมเดลที่ยั่งยืน
และปรับตัวได้เร็ว

การดำเนินงานของ สสพ. ในระยะสั้นเป็นการเร่งฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ในทุกมิติ ทั้งด้านศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ความพร้อมในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับนานาชาติขนาดใหญ่ ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ ผ่านกลไกที่สำคัญประกอบด้วย

- ฟื้นคืนความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์
- ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศ
- สนับสนุนการกลับมาของนักท่องเที่ยวไมซ์จากต่างประเทศ
- สนับสนุนการปรับตัวของผู้ประกอบการไมซ์
- มุ่งเน้นการเสาะหาตลาดเป้าหมายใหม่ และการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์
- เชื่อมต่อเครือข่ายในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานที่ดียิ่งขึ้น

การดำเนินงานในระยะกลาง (2567-2568) สสพ. มุ่งสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ ยกระดับคุณค่าในการจัดงานไมซ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ รวมไปถึงสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยและเมืองไมซ์ซิตี้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ที่มีคุณภาพในระดับโลกผ่านกลไกสำคัญประกอบด้วย

- ใช้กลยุทธ์เชิงรุกจากการใช้ฐานข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ตลาดที่มีคุณภาพและพฤติกรรมของตลาด
- สร้างมูลค่าเพิ่มสูงสุดจากนวัตกรรมและการสร้างประสบการณ์ทางด้านการบริการ
- เชื่อมโยงกับเมืองไมซ์ซิตี้ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ และพัฒนาจุดหมายปลายทางสู่การเป็นจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ที่มีอัตลักษณ์และมีคุณภาพ
- สนับสนุนด้านการเพิ่มทักษะในทุกมิติให้แก่ผู้ประกอบการ และยกระดับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในเมืองไมซ์ซิตี้

การดำเนินงานในระยะยาว (2569-2570) สสพ. มุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่ง การเจริญเติบโต และการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ด้วยกลไกการพัฒนาการจัดงานไมซ์ที่ยั่งยืน และความสามารถในการปรับตัวที่รวดเร็วตามบริบทที่เปลี่ยนไป ผ่านกลไกสำคัญประกอบด้วย

- กำหนดทิศทางในระยะยาว สู่การจัดงานไมซ์ที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Carbon)
- มุ่งเน้นการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมไมซ์ที่ยั่งยืนสำหรับทุกคน
- สนับสนุนความเป็นเลิศและประสิทธิภาพของแรงงาน ผู้ประกอบการ และการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์สู่มาตรฐานความยั่งยืน

3 บทที่ 3 สถานการณ์ อุตสาหกรรมไมซ์ปี 2566

ปี 2566 เป็นปีที่อุตสาหกรรมธุรกิจและบริการทั่วโลกเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติและมีความหวังอีกครั้ง หลังผ่านพ้นวิกฤต COVID-19 ที่สร้างความโกลาหลวุ่นวายยาวนานนับตั้งแต่ปลายปี 2562 โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการเดินทางเพื่อธุรกิจหรือไมซ์ ที่กลับมาฟื้นตัวอย่างรวดเร็วในปีนี้ จนเป็นที่ประจักษ์กันว่าจะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงหรืออาจสูงกว่าช่วงก่อนเกิดโรคระบาด

ภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลก

ภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกยังคงฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง หลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ลดลง การฉีดยาวัคซีนคืบหน้า และหลายประเทศเริ่มมีมาตรการเปิดพรมแดนเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง ข้อมูลจากรายงาน Global Business Travel Forecast ซึ่งจัดทำโดย Global Business Travel Association (GBTA) รายงานว่า ยอดจองการเดินทางของนักธุรกิจไมซ์ทั่วโลกตั้งแต่ต้นปี 2566 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แม้ว่าสถานการณ์โลกจะยังมีความไม่แน่นอน ทั้งเรื่องสงครามยูเครน หรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาด COVID-19 ในบางประเทศที่ยังมีข้อจำกัดเรื่องการเดินทางโดยเครื่องบิน รวมไปถึงการขาดแคลนบุคลากรในอุตสาหกรรมการบิน ที่ส่งผลให้การเดินทางต้องหยุดชะงัก และความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่เกิดขึ้นทั่วโลก

อย่างไรก็ตาม GBTA คาดการณ์เพิ่มเติมว่า อุตสาหกรรมการเดินทางเพื่อธุรกิจทุกประเภทจะยังเติบโตไปในทิศทางบวก โดยเฉพาะ

อุตสาหกรรมการจัดประชุม และอื่น ๆ มีแนวโน้มที่จะกลับมาสดใสภายในปี 2567 หรือใกล้เคียงกับช่วงเวลาก่อนเกิดโรคระบาด COVID-19 ทั้งนี้ การฟื้นตัวของเส้นทางเพื่อธุรกิจมีองค์ประกอบมาจากหลายปัจจัย อาทิ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ผลกำไรของบริษัท รวมไปถึงความต้องการสินค้าและบริการของโลกที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

นอกจากนี้ ความท้าทายใหม่ที่เกิดขึ้นในโลกยุคหลัง COVID-19 นั่นก็คือ อัตราเงินเฟ้อที่สร้างแรงกดดันให้กับหลายประเทศ หรือการที่ธนาคารกลางถูกบีบให้ขึ้นอัตราดอกเบี้ย รวมทั้งการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งหนึ่งในสิ่งที่น่ากลัวมากที่สุด ซึ่งอาจส่งผลกระทบครั้งใหญ่ต่อการเดินทางเพื่อธุรกิจในปี 2567 ได้แก่ การกลับมาระบาดของโรค COVID-19 ที่จะนำไปสู่ข้อจำกัดในการเดินทางที่ยืดเยื้ออีกครั้ง



อุตสาหกรรมการเดินทางเพื่อธุรกิจฟื้นตัวได้ดี

ความอึดอั้นของผู้คนทั่วโลกจากการถูกกักตัวอยู่ในบ้านเป็นระยะเวลานาน กระทั่งสถานการณ์โรคระบาดเริ่มคลี่คลาย ส่งผลให้อุตสาหกรรมการเดินทางเพื่อธุรกิจนับตั้งแต่ปลายปี 2564 ค่อย ๆ ฟื้นตัว สะท้อนให้เห็นได้จากค่าตัวโดยสารเครื่องบินที่มีราคาสูงขึ้นในปี 2565 ถึงร้อยละ 48.5 ถึงแม้ว่าค่าตัวโดยสารสายการบินจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในปี 2565 แต่ก็ยังคงต่ำกว่าปี 2562 หรือช่วงก่อนเกิดโรคระบาด COVID-19 ทั้งนี้ ค่าตัวโดยสารที่มีราคาแพงนั้นครอบคลุมตั้งแต่ตัวเครื่องบินระดับเฟิร์สคลาส เครื่องบินชั้นธุรกิจ และเที่ยวบินนานาชาติ ส่วนหนึ่งคาดว่าเป็นผลมาจากมาตรการเข้มงวดที่เกี่ยวข้อง COVID-19 ในภูมิภาคดังกล่าว ทำให้ราคาตัวโดยสารเส้นทางการบินระหว่างประเทศยังคงมีราคาสูงอยู่ ซึ่งในปี 2566 GBTA คาดการณ์ว่าค่าตัวโดยสารเครื่องบินจะขยับสูงขึ้นที่ร้อยละ 8.4 เนื่องจากเส้นทางหลักส่วนใหญ่จะกลับมาให้บริการอีกครั้งเพื่อรองรับการเดินทางเพื่อธุรกิจและการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว



ปี 2566 GBTA คาดการณ์ว่าค่าตัวโดยสารเครื่องบินจะขยับสูงขึ้นที่ร้อยละ 8.4 เนื่องจากเส้นทางหลักส่วนใหญ่จะกลับมาให้บริการอีกครั้งเพื่อรองรับการเดินทางเพื่อธุรกิจและการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว

จากปริมาณความต้องการตัวโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ยอดจองห้องพักโรงแรมกลับมาคึกคักเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2563 หรือช่วงของการเกิดโรคระบาด COVID-19 ราคาที่พักทั่วโลกลดลงถึงร้อยละ 13.3 แต่กลับมาเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 9.5 ในปี 2564 และร้อยละ 18.5 ในปี 2565 สำหรับปี 2566 คาดว่าราคาที่พักจะลดลงร้อยละ 8.2 และจะค่อย ๆ ลดต่ำลงจนเข้าสู่ภาวะปกติ



โรงแรมปรับตัวจากห้องพักเป็นที่พักงาน รองรับนักเดินทางเพื่อธุรกิจ

ความท้าทายของโลกในยุคหลัง COVID-19 ไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตผู้คนไปสู่ความปกติใหม่ (New Normal) เท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อภาคธุรกิจและบริการที่ต้องปรับตัวตามไปด้วย อาทิ โรงแรมต่าง ๆ ที่มองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ในการเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการทำงานแบบไฮบริด เช่น การนำเสนอห้องพักที่ปรับเปลี่ยนเป็นห้องทำงานได้ รวมไปถึงห้องประชุมที่พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการทำงานและการประชุมไปในตัว จนเป็นที่มาของคำว่า “Work from Hotel” (WFH) ที่หมายถึง การทำงานจากโรงแรมแทนการทำงานจากที่บ้าน

อย่างไรก็ตาม การทำงานแบบไฮบริดได้ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงค่าโรงแรมที่สูงขึ้นตามไปด้วย หากแต่ข้อดีคือ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันให้เกิดการเดินทางที่มีเป้าหมาย พนักงานบริษัทไม่จำเป็นต้องเดินทางไกลเพื่อไปประชุมในออฟฟิศส่วนกลาง และแทนที่จะจองโรงแรมในเมืองหรือศูนย์กลางความเจริญ แต่สามารถเลือกที่พักในโรงแรมนอกเมืองแล้วเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้กับที่ประชุมได้ตลอดระยะเวลา 3-4 วัน เป็นต้น

5 อันดับเมืองแรกของจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรมองค์กรในเอเชียแปซิฟิก (APAC) ปี 2566



1

สิงคโปร์



2

โตเกียว



3

พอร์ต ดักลาส



4

กัวลาลัมเปอร์



5

บริสเบน

ที่มา : GBTA-CWT 2023 Global Business Travel Forecast

อุตสาหกรรมการจัดประชุมพุ่งทะยานอย่างต่อเนื่อง

อุตสาหกรรมการจัดประชุมและกิจกรรมไมซ์ทั่วโลกฟื้นตัวอย่างรวดเร็วแบบที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในปี 2566 แต่เป็นที่คาดการณ์ว่าตัวเลขจะเริ่มคงที่ในปี 2567 ทั้งนี้ ผลสำรวจความคิดเห็นของประชากรทั่วโลกที่จัดทำโดย AMEX ระบุว่า การเข้าประชุมด้วยตัวเอง (In-person Meeting) จะเพิ่มสูงขึ้นในปี 2566 เนื่องจากคนส่วนใหญ่ร้อยละ 87 คาดหวังที่จะเข้าประชุมด้วยตัวเอง สูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ในปี 2565 ร้อยละ 6 ส่วนการจัดประชุมในรูปแบบเสมือนจริง (Virtual) และแบบผสมผสาน (Hybrid) เป็นที่คาดว่าจะลดน้อยลงทั่วโลก ยกเว้นในเอเชียแปซิฟิก

อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการจัดประชุม มักจะขึ้นอยู่กับงบประมาณและผลประโยชน์ของแต่ละองค์กร ซึ่งโดยทั่วไปแล้วค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดประชุมเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.5 สำหรับการประชุมกลุ่มเล็กและจัดแบบเรียบง่าย ขณะที่การประชุมสัมมนาและการจัดงานแสดงสินค้า ค่าใช้จ่ายอาจสูงขึ้นถึงร้อยละ 3 ทั้งนี้ มีการประมาณการถึงค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดประชุมในปี 2566 ที่คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นโดยรวมเฉลี่ยร้อยละ 3.1

การเข้าประชุมด้วยตัวเองเป็นเทรนด์หลักในปี 2566

AMEX ประเมินสถานการณ์ไว้ว่า สิ่งที่ต้องครุ่นคิดที่สำคัญในปี 2566 นั่นก็คือกิจกรรมที่ได้พบเจอหน้ากัน ได้แก่ การจัดประชุมแบบเห็นหน้า การต้อนรับพนักงาน การเพิ่มการมีส่วนร่วมของพนักงาน และการสื่อสารค่านิยมหรือเป้าหมายองค์กร ทั้งนี้ ประเภทของการจัดประชุมที่คาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นมากที่สุดในปีนี้ ได้แก่ การประชุมภายในองค์กร/การเทรนนิ่ง การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และการประชุมกลุ่มเล็ก ๆ ที่จัดแบบเรียบง่าย ซึ่งหลายองค์กรมุ่งมั่นที่จะลงทุนกับการจัดประชุมภายในที่มีคุณภาพ โดยร้อยละ 45 เลือกจัดประชุมที่มีการค้างคืน ร้อยละ 40 เลือกจัดในเมืองที่มีบรรยากาศต่างไปจากเดิม ส่วนร้อยละ 39 จัดประชุมพร้อมมิกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมทางสังคมและการสร้างเครือข่าย ขณะที่ร้อยละ 27 จัดประชุมในต่างประเทศ

อย่างไรก็ดี การประชุมภายในองค์กรโดยเฉพาะการประชุมภายในที่เห็นหน้ากันจะมีบทบาทสำคัญมากกว่าช่วงก่อนเกิดโรคระบาด เนื่องจากองค์กรเล็งเห็นคุณค่าของการทำงานแบบพบเจอกัน ซึ่งเชื่อว่าจะช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ เสริมสร้างวัฒนธรรมการแบ่งปันภายในองค์กร และลดการลาออก แม้แต่ธุรกิจขนาดเล็กอย่าง SME ก็ยังเลือกการจัดประชุมแบบเห็นหน้าเพื่อมุ่งเสริมสร้างการทำงานร่วมกัน และพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร

ในส่วนภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก AMEX เผยว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภูมิภาคนี้คาดการณ์ว่าปี 2566 การจัดประชุมจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ไม่เพียงแต่การเข้าประชุมด้วยตัวเองเท่านั้น แต่การจัดประชุมในรูปแบบเสมือนจริง และแบบไฮบริดก็สูงขึ้นตามไปด้วย แต่ทั้งนี้ ประชากรในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกให้ความสำคัญกับเรื่องสุขอนามัยมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ จึงคาดการณ์ได้ว่า จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมแบบเห็นหน้าในเอเชียแปซิฟิกอาจต้องใช้เวลาอีก 1-2 ปี ถึงจะกลับเข้าสู่ภาวะใกล้เคียงกับปี 2562 สำหรับค่าใช้จ่ายสำหรับจัดประชุมในเอเชียแปซิฟิกปีนี้ คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7



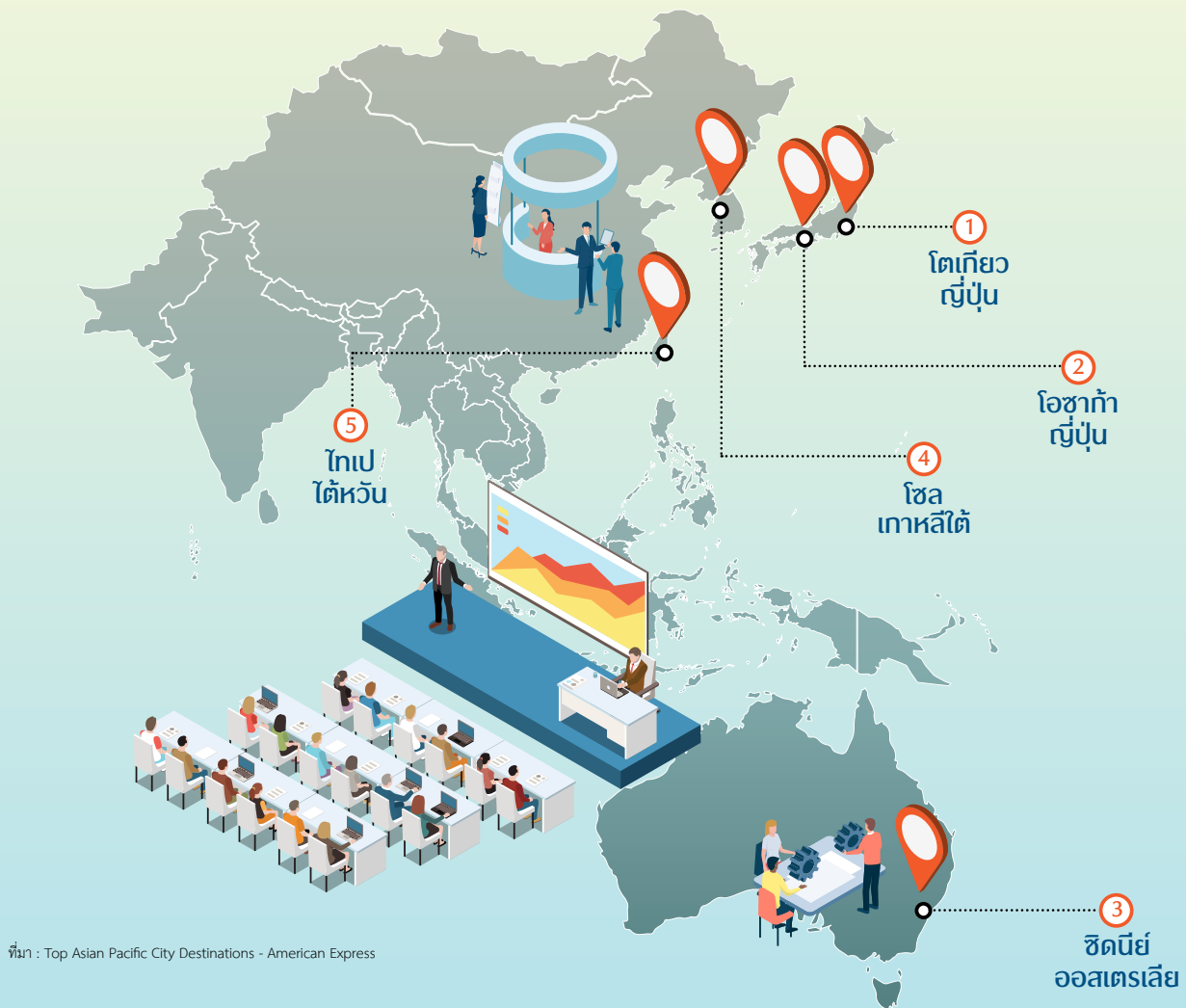
แนวทางการจัดประชุมแบบยั่งยืนสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง

จากการรายงานของ AMEX ระบุว่า เทรนด์โลกที่เปลี่ยนแปลงไป และคาดว่าจะเกิดขึ้นในปี 2566 คือผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องความยั่งยืนเป็นอันดับหนึ่ง โดยจำนวน 4 ใน 5 คน หรือร้อยละ 80 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุว่า องค์กรของพวกเขาให้ความสำคัญยั่งยืนเข้ามาสู่แผนการจัดประชุมแล้ว และในบรรดาองค์กรเหล่านี้ มากกว่า 3 ใน 4 แห่ง กำหนดกลยุทธ์การจัดประชุมแบบยั่งยืนหรือมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ เช่น ลดการใช้กระดาษให้น้อยลง ประหยัดพลังงานให้มากขึ้น และใช้มาตรการลดของเสีย ดังนั้น คำว่า ‘การพัฒนาอย่างยั่งยืน’ ในปัจจุบันจึงไม่ใช่คำศัพท์โดยทั่วไปอีกแล้ว แต่กลายมาเป็นมาตรฐานของการจัดงานในองค์กรหลายแห่งทั่วโลก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ความต้องการในการจัดประชุม และจัดกิจกรรมไมซ์แบบยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น

นอกเหนือจากนี้ การปรับตัวขององค์กรในด้านการส่งเสริมความหลากหลาย เท่าเทียม และการมีส่วนร่วม (Diversity, Equity and Inclusion หรือ DE&I) ยังเป็นเป้าหมายสำคัญไม่น้อยไปกว่าเรื่องความยั่งยืน ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามของ AMEX เผยว่า ร้อยละ 92 ขององค์กรพยายามอย่างหนักที่จะผลักดันให้ DE&I กลายเป็นส่วนหนึ่งของการจัดประชุมและงานอีเวนต์เพื่อส่งเสริมการเติบโตที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

อย่างไรก็ดี DE&I ไม่ได้หมายถึง การส่งเสริมความหลากหลาย และเท่าเทียมแค่เรื่องเพศหรือเชื้อชาติเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมมิติอื่น ๆ ทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น วัย รสนิยม ความคิด ความเชื่อ และพลังของความแตกต่าง ซึ่งความหลากหลายเหล่านี้ เป็นที่ต้องการอย่างยิ่งขององค์กรในยุคปัจจุบันที่จำเป็นต้องขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม การเปิดใจกว้าง การคิดต่าง การคิดนอกกรอบ และการร่วมแรงร่วมใจของพนักงานทุกคน

5 อันดับเมืองแรกที่มีการจัดประชุมองค์กรมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกปี 2566



อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าจะฟื้นตัวไวหากจัดในรูปแบบ Physical

งานแสดงสินค้านับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว หลังจากหลายประเทศมีมาตรการเปิดพรมแดนเข้า-ออก ทั้งนี้ UFI ได้จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นประชากรทั่วโลกปี 2566 พบว่าคนส่วนใหญ่ร้อยละ 59 มั่นใจว่าอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าจะกลับมาจัดในรูปแบบ Physical เพิ่มสูงขึ้นภายในปี 2566 ทำให้คาดการณ์กันว่า ภาครัฐก็จะกลับเข้าสู่ภาวะปกติเทียบเท่ากับปี 2562 หรือก่อนเกิด COVID-19

UFI ยังสำรวจความคิดเห็นของประชากรในเอเชียแปซิฟิก และทั่วโลก ถึงความจำเป็นที่ต้องมีมาตรการฟื้นฟูการจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งผลสำรวจของประชากรในเอเชียแปซิฟิกและทั่วโลกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้คนส่วนใหญ่มองว่าจำเป็นต้องมีมาตรการจำเพาะเจาะจงสำหรับช่วยฟื้นฟูอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า อาทิ สร้างความพร้อมให้กับผู้จัดงานไมซ์ จัดทำแพคเกจสนับสนุนด้านการเงินให้กับผู้จัดงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจและลดต้นทุน นอกจากนี้ ยังเห็นว่าควรยกเลิกนโยบายจำกัดการเดินทางหรือนโยบายในปัจจุบันที่ใช้บังคับรวมทั้งในประเทศและภูมิภาค รวมไปถึงควรมีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขอนามัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน เป็นต้น

UFI คาดการณ์ว่าการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในไทยกลับเข้าสู่ภาวะปกติในเดือนมีนาคม 2566

สำหรับประเทศไทยการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าทยอยกลับมาจัดในปี 2565 และเป็นที่คาดว่า จะเข้าสู่ภาวะฟื้นตัวอย่างเต็มที่ในปี 2566 จากการประเมินของ UFI ระบุว่า จะกลับเข้าสู่ภาวะปกติ 100% ในเดือนมีนาคม ข้อมูลจาก UFI ยังสอดคล้องกับข้อมูลเชิงสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและในประเทศที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 - มีนาคม 2566) คิดเป็น 10,481,941 คน (ซึ่งมีจำนวนสูงกว่านักท่องเที่ยวไมซ์ในอุตสาหกรรมอื่นๆ) และยังมีจำนวนสูงกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 ที่มีจำนวน 2,189,344 คน สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวน 36,698 ล้านบาท สูงกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 ที่มีมูลค่า 4,819 ล้านบาท ทั้งนี้ การจัดงานแสดงสินค้าเป็นกิจกรรมไมซ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องในหลายประเทศทั่วโลก โดยหลายบริษัทเริ่มประกาศให้เป็นกิจกรรมที่สามารถกลับมาจัดงานแบบ Physical และตั้งเป้าที่จะสร้างรายได้ให้ใกล้เคียงกับปี 2562 หรือก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19

สถิติอุตสาหกรรมไมซ์ไทยช่วงครึ่งแรกปีงบประมาณ 2566

ด้านความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยหลังจากเปิดประเทศเต็มรูปแบบตั้งแต่กลางปี 2565 ที่ผ่านมานั้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์ทุกประเภทขยับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุด ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions) การจัดประชุมวิชาชีพ (Conventions) การจัดประชุมและสัมมนา (Meetings) และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) ตามลำดับ

ทั้งนี้ ในช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 – มีนาคม 2566) พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์รวมทั้งหมด 11,348,371 คน เป็นนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ 10,974,350 คน และนักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติ 374,021 คน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศรวมมูลค่า 49,572 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ 25,016 ล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติ 24,556 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2565 (ตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565) พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์รวมทั้งหมด 2,302,352 คน เป็นนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ 2,302,352 คน เท่านั้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติยังไม่สามารถเดินทางเข้าไทยได้ โดยนักท่องเที่ยวไมซ์สร้างรายได้ให้แก่ประเทศรวมมูลค่า 5,225 ล้านบาท



ปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้จำนวนนักเดินทางไมซ์ปีงบประมาณ 2566 เพิ่มสูงขึ้นจากปีงบประมาณ 2565 ได้แก่ การเปิดประเทศอย่างเป็นทางการ ความต้องการเดินทางในประเทศไทยอยู่ในระดับสูง

โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้จำนวนนักเดินทางไมซ์ปีงบประมาณ 2566 เพิ่มสูงขึ้นจากปีงบประมาณ 2565 ได้แก่ การเปิดประเทศอย่างเป็นทางการ ความต้องการเดินทางในประเทศไทยอยู่ในระดับสูง (Pent up demand) เนื่องจากการถูกกักตัวไม่ได้เดินทางเป็นเวลานาน สายการบินหลายแห่งเพิ่มเส้นทางการบินและความถี่ในการบินข้ามแดน ฯลฯ ล้วนส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติเพิ่มสูง ทำให้ครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2566 อุตสาหกรรมไมซ์ไทยสร้างมูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจ 108,131 ล้านบาท สร้างมูลค่าเพิ่มจากการจัดงาน 104,686 ล้านบาท ทำให้เกิดอัตราการจ้างงาน 145,000 คน และสร้างรายได้ภาษีของภาครัฐ 7,800 ล้านบาท



สถิติจำนวนและรายได้ของนักเดินทางไมซ์ต่างประเทศ

ครึ่งปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 – มีนาคม 2566)

M	I	C	E	Total
111,409 คน	26,775 คน	33,300 คน	202,537 คน	374,021 คน
6,478 ล้านบาท	1,718 ล้านบาท	2,005 ล้านบาท	14,355 ล้านบาท	24,556 ล้านบาท

สถิติจำนวนและรายได้ของนักเดินทางไมซ์ในประเทศ

ครึ่งปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 – มีนาคม 2566)

M	I	C	E	Total
235,614 คน	18,076 คน	441,256 คน	10,279,404 คน	10,974,350 คน
981 ล้านบาท	87 ล้านบาท	1,605 ล้านบาท	22,343 ล้านบาท	25,016 ล้านบาท

สถิติจำนวนและรายได้ของนักเดินทางไมซ์ ทั้งต่างประเทศและในประเทศ

ครึ่งปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 – มีนาคม 2566)

M	I	C	E	Total
347,023 คน	44,851 คน	474,556 คน	10,481,941 คน	11,348,371 คน
7,459 ล้านบาท	1,805 ล้านบาท	3,610 ล้านบาท	36,698 ล้านบาท	49,572 ล้านบาท



บทที่

4 ผลการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์ของ สสปน.

ไตรมาสที่ 1 และ 2 ประจำปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานที่เน้นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า ผ่านกิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้



สสปน.
สนับสนุนการจัดงาน
ในประเทศไทย
(Event Support/Subsidy)
จำนวน **68** งาน

มีจำนวน
ผู้เข้าร่วมประชุมต่างชาติรวม
49,050
คน

ประมาณการ
รายได้เข้าประเทศรวม
3,236
ล้านบาท



1 สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักเดินทางธุรกิจ จากต่างประเทศ จำนวน 43 งาน และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน รวม 41,801 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม 2,758 ล้านบาท โดยมีงานที่สำคัญ ได้แก่

- Date With Destiny Aarambh
- Herbalife India Leadership Retreat Group
- GOLDMEDAL CHANNEL PARTNER MEET
- Glenmark Star Award
- Clal Insurance Incentive
- Tokio Marine 2023 Kick-off Meeting

2 สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ จำนวน 36 งานมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ 16,911 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม 1,116 ล้านบาท โดยมีงานที่สำคัญ ได้แก่

- Affiliate World Asia 2022
- International Conference on Family Planning
- The 52nd Annual EARCOS Leadership Conference 2022
- Asian Seed Congress (ASC) 2022
- The 22th Congress of the Indo-Pacific Prehistory Association (IPPA22)
- The 22nd International Society of Radiographers and Radiological Technologists (ISRRT) World Congress

3 สนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ จำนวน 19 งาน ประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างชาติ รวม 26,900 คน และประมาณการรายได้เข้าประเทศ 1,775 ล้านบาท ได้แก่

- Global Minor Use Summit 2023
- The 23rd Federation of Asian Veterinary Associations Congress 2024 (FAVA)
- Congress of the Asean Federation of Endocrine Societies 2023 (AFES 2023)
- The World Congress of Nephrology 2023
- Global Congress on Manufacturing and Management (GCMM 2024)
- ESMO Asia 2024
- Asia-Pacific Association for International Education (APIAE) 2023
- World Congress of Pediatric Surgery 2028 (WOFAPS)



เป้าประสงค์ที่ 1 การสร้างรายได้

ยุทธศาสตร์ที่ 1

ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

- SIGGRAPH Asia 2024
- World Congress on Innovation and Technology 2024 (WCIT)
- International Congress on Mathematical Education 2028 (ICME-16)
- Asian Animation Summit 2023
- International Sea Turtle Symposium 2024
- The Asia Optometric Conference 2024
- FACE AHEAD 2026 & Governance Meetings
- The Congress of World Union of Wholesale Markets 2023 (WUWM 2023)
- International Maternal and Newborn Health Conference 2025
- The International Association Suicide Prevention (IASP) APAC Conference - 2024 or 2026
- World Sleep Congress 2025

4 สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Domestic Exhibition) จำนวน 3 งาน ได้แก่

- E-San International Auto Expo ครั้งที่ 4
- Lab Future & Bio Expo 2022
- FTI MOTOR EXPO UDONTANI 2022

5 สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ Empower Thailand Exhibition (EMTEX) จำนวน 5 งาน ได้แก่

- Smart Business Expo 2022
- AGROFEX 2022
- Northern Agri CMU Expo 2022
- Fruit Innovation Fair 2022
- Thai Rice Expo 2022

6 ส่งเสริมกิจกรรมไมซ์ร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support) จำนวน 4 งาน ได้แก่

- งานสัมมนา “ปรับกลยุทธ์ พิชิตธุรกิจ ด้วยการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และการลดโลกร้อน”
- งาน HR TECH โดยสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT)
- งานโคราช X MICE Meet and Match
- Thailand Friendly Design Expo 2022 : มหกรรมอารยสถาปัตย์และนวัตกรรมสุขภาพเพื่อคนทั้งมวล ครั้งที่ 6



7 จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives) สำหรับตลาดด้านการประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล (Meetings & Incentives) สามารถจัดหาจำนวนงานและกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพที่คาดว่าจะเข้ามาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) จำนวน 187 งาน และตลาดการจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) ในต่างประเทศ จำนวน 12 งาน

8 จัดกิจกรรมการตลาด Networking Function ในงาน IMEX America เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2565 ณ เมืองลาสเวกัส ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเป็นการพบปะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพในตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กลุ่มเป้าหมายเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดประชุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าร่วมงาน จำนวน 80 ราย

9 จัดกิจกรรม TICA Destination Update for Meetings & Conventions (TDU for Meetings & Conventions) ระหว่างวันที่ 14-16 ธันวาคม 2565 ในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ

เป้าประสงค์ที่ 2 การยกระดับศักยภาพจุดหมายปลายทาง แห่งไมซ์ในภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 2

ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง
ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า



ไตรมาสที่ 1 และ 2 ประจำปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานที่เน้นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า ผ่านกิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้

1 งานด้านการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

- จัดประชุม Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals (MRA on TP) - Event Professionals - Regional Group Meeting ร่วมกับผู้แทนประเทศสมาชิกอาเซียน ระหว่างวันที่ 6 - 8 ธันวาคม 2565 ณ จ.เชียงใหม่
- จัดอบรมหลักสูตร “การเป็นผู้ประสานงาน (Liaison) มีอาชีพสำหรับงานอีเวนต์ระดับนานาชาติอย่างเป็นทางการเบื้องต้น” ระหว่างวันที่ 22 - 23 พฤศจิกายน 2565 ณ จ.พิษณุโลก มีผู้เข้าร่วมงาน 245 คน



- จัดโครงการพัฒนาและส่งเสริมสายอาชีพเครือข่ายภาคการศึกษาศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์ในประเทศไทยและการจัดประชุมวิชาการระดับชาติในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ระหว่างวันที่ 21 - 22 ธันวาคม 2565 จ.อุดรธานี มีผู้เข้าร่วม 258 คน ประกอบด้วยนักศึกษา/อาจารย์/บุคลากรทางการศึกษา/บุคคลทั่วไป ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่

2 ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

- Specialised Expo หรือ Expo 2028, ภูเก็ต - ประเทศไทย ปี 2571 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงถึงศักยภาพของ จ.ภูเก็ต ในการเป็นเจ้าภาพจัดงานและนำเสนอต่อผู้แทนจากองค์การนิทรรศการนานาชาติ (BIE) จำนวน 2 ชิ้นงาน
- ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านการซื้อสื่อในและต่างประเทศ จำนวน 16 ชิ้นงาน โดยมีการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook : Ch7HD, WorkpointToday สื่อทางโทรทัศน์ เช่น ข่าวอรุณอมรินทร์ รายการ TNN ข่าวค่ำ รายการ “ข่าวเช้าเสาร์-อาทิตย์” จำนวน 53 ครั้ง
- พัฒนาและบริหารจัดการสื่อดิจิทัลเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยมีผู้เข้าชมเว็บไซต์หลัก รวมถึงปริมาณการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์รวม 2,751,857 visitor/view ในช่วงไตรมาส 1 ปี 2566

3 สร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสปน. จำนวน 3 ครั้ง

4 สนับสนุนการจัดงานประชุมนานาชาติในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จำนวน 4 งาน ประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมต่างชาติ 4,200 คน และประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม 277 ล้านบาท ได้แก่

- The 7th ASEAN Meeting of Aesthetic Surgery and Medicine (AMAS 2022)
- The Sixth International Conference on Family Planning (ICFP)
- Asia-Oceania Research Organisation in Genital Infection and Neoplasia (AOGIN 2022) & TGCS Annual Meeting 2022
- The 11th International Symposium on Feedstock Recycling of Polymeric Materials 2022 (ISFR 2022)

5 ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านการจัดประชุมสัมมนาทั่วประเทศ ได้แก่

- ประชุมคณะทำงานกลุ่มย่อยขับเคลื่อนนโยบายระยะยาว นโยบายที่ 6 โคโรนาเมืองเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม และส่งเสริมผู้ประกอบการยุคใหม่ ระหว่างวันที่ 6 - 7 กุมภาพันธ์ 2565 ณ จ.นครราชสีมา
- แลกเปลี่ยนงานสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 40 วันที่ 18 ตุลาคม 2565 ณ จ.อุบลราชธานี
- ประชุมคณะกรรมการจังหวัด (กรอ.) จ.อุบลราชธานี ครั้งที่ 1/2566 วันที่ 27 ตุลาคม 2565 ณ จ.อุบลราชธานี
- ประชุมร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมา เพื่อหารือแผนการขับเคลื่อนโคราชไมซ์ซิตี้ ประจำปี 2566 วันที่ 28 ตุลาคม 2565 ณ จ.นครราชสีมา
- ประชุมคณะกรรมการส่งเสริมและขับเคลื่อนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดนครราชสีมา ครั้งที่ 1/2566 วันที่ 11 พฤศจิกายน 2565 ณ จ.นครราชสีมา
- ประชุมเพื่อหารือแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดนครราชสีมา วันที่ 27 ธันวาคม 2565 ณ จ.นครราชสีมา
- ประชุมหารือเรื่องการเตรียมการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน L'etape Phitsanulok by Tour de France ระหว่างวันที่ 2 - 3 พฤศจิกายน 2565 ณ จ.พิษณุโลก
- สร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านการจัดตั้งบูธประชาสัมพันธ์ สสปน. ภายในงานประเพณีลอยกระทงเผาเทียน เล่นไฟ ระหว่างวันที่ 7 - 9 พฤศจิกายน 2565 ณ จ.สุโขทัย
- จัดการแข่งขันปั่นจักรยานนานาชาติ L'etape Phitsanulok by Tour de France ปี 2022 เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2565 ณ จ.พิษณุโลก
- ร่วมเป็นวิทยากรในการสัมมนาของคณะกรรมการธิการ เรื่อง “เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับ การกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนอย่างยั่งยืน” เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2565 ณ จ.เชียงใหม่
- ประชุมคณะทำงานการขับเคลื่อน MICE CITY ของ จ.เพชรบุรี
- ประชุมหารือความพร้อมและข้อกำหนดการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเชิงลึก



เป้าประสงค์ที่ 3

การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 3

ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก

ไตรมาสที่ 1 และ 2 ประจำปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก ดังนี้

1 สนับสนุนการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยี (MICE Winnovation) ส่งเสริมความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางไมซ์ จำนวน 4 งาน ได้แก่

- Taste It All @ Ratchaprasong
- Intercare Asia 2022
- Thailand Smart City
- Asia International Hemp Expo 2022

2 พัฒนานวัตกรรม และ Digital Service ในรูปแบบแอปพลิเคชัน BizConnect เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ SMART BUSINESS EXPO 2022, PATA Annual Summit 2022, E-SAN International Auto Expo ครั้งที่ 4 และ NORTHERN AGRI CMU EXPO 2022 รวมทั้ง MICE Innocatalog (แพลตฟอร์มออนไลน์ที่รวบรวมผู้ให้บริการนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Tech Entrepreneurs) ที่สามารถแก้ปัญหาหรือต่อยอดการทำงานให้กับอุตสาหกรรมไมซ์) โดยมีจำนวนผู้ใช้งาน 12,924 คน และจำนวนครั้งที่มีการเข้าชมเว็บไซต์ (Page Views) 66,914 ครั้ง



3 พัฒนมาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย (Exhibition Audit) ได้แก่

- Food ingredients Asia - Fi Asia Thailand 2022
- Vitafoods Asia 2022
- CPHI South East Asia 2022
- Medlab Asia & Asia Health 2022
- Thailand Retail, Food & Hospitality Services 2022
- ASEAN Retail 2022
- Thailand Franchise & Business Opportunities 2022
- The Road & Traffic Expo Thailand 2022
- Pet Fair South East Asia 2022
- LogiMAT Intelligent Warehouse 2022

เป้าประสงค์ที่ 4

การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงและทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4

สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันสมัย

ไตรมาสที่ 1 และ 2 ประจำปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานที่เน้นการสร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันสมัย ผ่านกิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้



1 เผยแพร่องค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและการสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตามนโยบายรัฐบาล ผ่านการจัดประชุมร่วมภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ (MICE Clinic) ในหัวข้อ "การจัดงานอย่างยั่งยืนสำหรับภาครัฐ" มีผู้เข้าร่วมงาน 45 คน จาก 23 หน่วยงาน

2 จัดทำรายงานทางด้านการวิเคราะห์ข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ในมิติต่างๆ ได้แก่

- สำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ปี 2565
- ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อประเทศไทย (Economic Impact Study of Thailand's MICE Industry) ปี 2565
- จัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index)
- ศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย
- รายงานสำคัญขององค์กรเพื่อนำเสนอต่อรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแล (DPM Report)

3 จัดทำแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

4 จัดประชุมสื่อสารแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในขององค์กร และแนวทางดำเนินการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA 4.0) ประจำปี 2566 เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2565 ณ โรงแรมดิ แอทธินี กรุงเทพฯ เพื่อสร้างความเข้าใจต่อแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในขององค์กร และสื่อสารแผนพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์ระบบคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA 4.0) ประจำปี 2566 รวมถึงชี้แจงหลักเกณฑ์และแนวทางการสมัครรางวัลเลิศรัฐ ประจำปี 2566 มีผู้เข้าร่วมงาน 58 คน

5 ประชุมถ่ายทอดผลการประเมินความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการประจำปี 2565 เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2565 ณ โรงแรมไฮแอท รีเจนซี่ กรุงเทพฯ โดยนำเสนอผลประเมินโครงการนำร่อง 3 โครงการ ได้แก่ (1) งาน World Tea and Coffee Expo (2) โครงการเรือสำราญและอาหารพื้นถิ่น และ (3) การประมูลสิทธิงานมหกรรมพืชสวนโลก จังหวัดอุดรธานี 2569 มีผู้เข้าร่วม 37 คน

6 ประชุมแนวทางความร่วมมือการส่งเสริมปีแห่งการประชุมและนิทรรศการ 2566 กับหน่วยงานภายนอก กลุ่มสมาคมผู้ประกอบการพันธมิตร ประกอบด้วย TICA TEA EMA THA เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2565 ณ โรงแรมแลนด์มาร์ค กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงาน 17 คน

7 ประชุมหารือแนวทางความร่วมมือการส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ ปี 2566 กับหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐ จำนวน 10 หน่วยงาน ประกอบด้วย กรมการกงสุล กรมศุลกากร กรมสรรพากร กรมการจัดหางาน กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ทำอาภาศยานสุวรรณภูมิ และทำอาภาศยานดอนเมือง เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2565 ณ โรงแรมอมาริโอเวอร์เกท กรุงเทพฯ

8 สัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำกรอบแผนปฏิบัติการและงบประมาณประจำปี 2567 ของ สสปท. เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2565 ณ โรงแรมไฮแอท รีเจนซี่ สุขุมวิท



รางวัลเชิดชูเกียรติที่ สสปท. ได้รับจากหน่วยงานภายนอก

- Most Improved Destination เมืองที่มีคะแนนปรับปรุงการพัฒนายั่งยืนในอุตสาหกรรมไมซ์และท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจากปีที่ผ่านมามากที่สุดประจำปี 2022 โดยมีคะแนนพัฒนาเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 73.66 จัดโดย Global Destination Sustainability Index (GDS-Index)
- รางวัลชนะเลิศด้านการตลาดระดับโลก (UFI 2022 Marketing Awards) จากโครงการ MICE Winnovation ซึ่งจัดโดยสมาคมการแสดงสินค้าโลก หรือ UFI
- รางวัลองค์กรดีเด่นแห่งปี 2565 สาขาองค์กรที่ทำคุณประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ จากโครงการหนึ่งล้านกล้าความดีตอบแทนคุณแผ่นดิน

- รางวัลนวัตกรรมดีเด่นแห่งปี ประจำปี 2565 ประเภท นวัตกรรมอุตสาหกรรมไมซ์ จากโครงการหนึ่งล้านกล้า ความดีตอบแทนคุณแผ่นดิน
- รางวัลสุดยอดหน่วยงานภาครัฐด้านการอำนวยความสะดวกภาคธุรกิจ “สำเภานาวาทอง” ประจำปี 2565 (จากโครงการ One Stop Service Center for MICE) จัดตั้งศูนย์ประสานงานเพื่ออำนวยความสะดวกอุตสาหกรรมไมซ์ (Thailand MICE One Stop Service) และการดำเนินงานของคณะทำงานร่วมภาคสนาม (Joint Operating Committee หรือ JOC) เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศไทย ช่วยลดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอย่างเห็นผลและเป็นรูปธรรม



- รางวัล TQM Progressive Learners จากงาน THAILAND QUALITY CONFERENCE & The 23rd Symposium on TQM-Best Practices in Thailand จากโครงการพัฒนาดัชนีความสะดวกในการจัดกิจกรรมไมซ์
- รางวัลองค์กรมหาชนที่มีผู้ชื่นชอบมากที่สุด ปี 2022-2023 หรือ Thailand Most Admired 2022-2023 (นิตยสาร BrandAge)
- รางวัลส่งเสริมเศรษฐกิจไทยด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ดีเด่น Siamrath Online Award 2022

เป้าประสงค์ที่ 5 การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 5

พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ไตรมาสที่ 1 และ 2 ประจำปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานที่เน้นพลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- **ด้านพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability)** ผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่ การเข้าร่วมงาน Global Compact Network Thailand Forum (GCNT Forum 2022) โดยมี นายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นประธาน และเป็นสักขีพยานในการประกาศเจตนารมณ์ของสมาชิก GCNT ร่วมกับผู้นำองค์กรสมาชิก GCNT ภายใต้แนวคิด Accelerating Business Solutions to Tackle Climate & Biodiversity Challenges



บทที่

5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ไมซ์ไทยอย่างยั่งยืน





สสพ. มีแผนที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
อย่างยั่งยืนตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.
2566-2570) โดยวางแผนดำเนินงานร่วมกับ
พันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ



ปี 2566 นับเป็นปีที่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้ก้าวข้ามผ่านวิกฤตของ COVID-19 และอยู่ในช่วงเวลาที่อุตสาหกรรมไมซ์กำลังฟื้นตัวในทุกมิติ ทั้งนี้ ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา สสพ. เป็นองค์กรที่ไม่เคยหยุดนิ่งในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการรักษาภาพลักษณ์ไมซ์ไทยในตลาดต่างประเทศ การเร่งฟื้นฟูความเชื่อมั่น และกระตุ้นให้เกิดการจัดประชุมภายในประเทศด้วยการจัดทำโครงการที่สนับสนุนให้เกิดการจัดงานไมซ์ทั่วประเทศ

สำหรับทิศทางการดำเนินงานของปี 2566 สสพ. มีแผนที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสู่โลกตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) โดยวางแผนดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์หลังยุค COVID-19 ทั้งด้านพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เตรียมความพร้อมในการจัดกิจกรรมไมซ์นานาชาติขนาดใหญ่ พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลต่อเนื่อง รวมถึงระบบโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ เพื่อเตรียมต้อนรับงานไมซ์นานาชาติตลอดปี

อย่างไรก็ดี การดำเนินงานตามนโยบายที่ตั้งไว้ สสพ. จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันให้แผนงานดังกล่าวเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1 ขอให้รัฐบาลตั้งหมุดหมายในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานระดับโลก โดยกำหนดให้มิชชั่นเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) ขับเคลื่อนด้วยกลไกการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน โดยมี สสพ. เป็นตัวกลางเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันดำเนินงานเพื่อประสิทธิผลให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงานระดับโลก เช่น มหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดนครราชสีมา ปี 2572 และงาน Specialised Expo หรือ EXPO 2028, ภูเก็ต-ประเทศไทย ปี 2571 เป็นต้น รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศทั่วทั้งภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดตั้งหน่วยงานหรือคณะกรรมการเพื่อการขับเคลื่อนมิซ์ในแต่ละพื้นที่ พร้อมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มนักเดินทางธุรกิจและกลุ่มไมซ์ โดยประชาสัมพันธ์ถึงศักยภาพของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ที่มีคุณภาพและบริการที่ได้มาตรฐานในระดับสากล ก่อให้เกิดภาพลักษณ์การเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจของประเทศไทย ได้สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นานาชาติถึงความพร้อมของประเทศไทย และให้ประเทศไทยมีโอกาสในการเป็นศูนย์กลางทางด้านมิซ์และการท่องเที่ยวของภูมิภาคได้

2 ขอให้รัฐบาลส่งเสริมการใช้กิจกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ การจัดกิจกรรมไมซ์นอกจากจะมีส่วนสนับสนุนในการสร้างรายได้ของประเทศแล้ว ยังก่อให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจากการต่อยอดทางธุรกิจ การลงทุน การจ้างงาน การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ตลอดจนการสร้างสรรค่านวัตกรรมและส่งผ่านเทคโนโลยี ช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งภาครัฐสามารถใช้กิจกรรมไมซ์ให้เกิดประโยชน์ได้ เช่น การใช้กิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐให้เกิดเป็นรูปธรรมและมีความต่อเนื่อง อีกทั้งภาครัฐควรมีการกำหนดมาตรการสิทธิประโยชน์แก่กิจการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วประเทศ อาทิ การลงทุนในศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า การปรับปรุงห้องประชุม ระบบงานด้านมาตรฐาน โครงสร้างการคมนาคมขนส่งมายังพื้นที่การจัดงาน รวมถึงมาตรการที่อำนวยความสะดวกทางด้านโลจิสติกส์ เพื่อทำให้อุตสาหกรรมไมซ์และเศรษฐกิจของประเทศไทยเกิดการเติบโต



