

**การเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกได้มีส่วนร่วม
ในการดำเนินงานตามภารกิจ
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม
และนิทรรศการ (องค์การมหาชน)**





Festival Creative Lab 2024 Pattaya

Festival Creative Lab 2024 Pattaya

วันที่จัดงาน

27 - 28 กุมภาพันธ์ 2567

สถานที่จัดงาน

โรงแรม เดอะชาयน์ พัทยา เมืองพัทยา จังหวัด
ชลบุรี

วัตถุประสงค์การจัดงาน

- เพื่อยกระดับและพัฒนามาตรฐานเทศกาลไทยสู่ระดับสากลของผู้จัดงาน เทศกาลในประเทศ
- เพื่อร่วมระดมความคิดเพื่อเพิ่มศักยภาพ และหาแนวทางการจัดงาน เทศกาลในประเทศไทยสู่ตลาดสากล
- เพื่ออัปเดตข้อมูลและเทรนด์ใหม่ในอุตสาหกรรมเมกะอีเวนต์และงาน เทศกาล
- เพื่อระดมความคิดสร้างสรรค์ผ่านการจัดกิจกรรมแบ่งกลุ่มย่อย แลก เปลี่ยนหรือแนวทางเพื่อยกระดับงานเทศกาลสู่ระดับนานาชาติ

Festival Creative Lab 2024 Pattaya

ผู้เข้าร่วมงาน จำนวน 96 คน

- **ตัวแทนบริษัทผู้จัดงาน** อาทิ

- ผู้จัดงาน Awakening Lighting Festival, Maho Rasop Festival, Thailand Toy Expo, Wonderfruit, เทศกาลโคมแสนดวง, Mango Art Festival, TGU, Thailand International Choir Festival, Hotel Art Fair, Drang Bangkok ฯลฯ

- **ตัวแทนสมาคมที่เกี่ยวข้อง** อาทิ

- สมาคมการค้าส่งเสริมการจัดมหกรรมและเทศกาลนานาชาติไทย (TIEFA), สมาคมการค้าส่งเสริมอุตสาหกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (CAPT), สมาคมการค้าผู้จัดงานกีฬามวลชนไทย (TMPASA), สมาคมเครือข่ายผู้สร้างสรรค์วิชาชีพสื่อบันเทิงไทย (TECNA), สมาคมเพื่อนรากันประเทศไทย

- **ตัวแทนจังหวัด/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** อาทิ

- นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองแสนสุข, สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี, สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาคตะวันออก, ผู้แทนจากหอการค้าจังหวัดจันทบุรี

- **Speaker** อาทิ

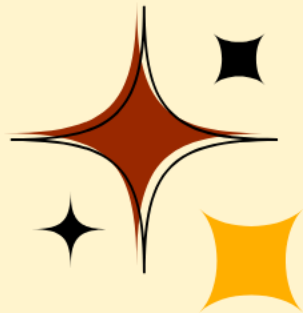
- นายกสมาคม International Festival & Event Asia, ผู้แทนจาก สปบ, ผู้แทนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA), ผู้จัดงาน White Party Bangkok

- **TCEB**



Festival Creative Lab 2024 Pattaya

ผลการดำเนินงาน Festival Creative Lab 2024 Pattaya นั้น มีผู้จัดงานเทศกาล และ ผู้แทนจากเมืองต่างๆ เข้าร่วมงานกว่า 90 ราย โดยภายในงานมีกิจกรรมระดมความคิดผ่านการจัดกิจกรรมแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อแลกเปลี่ยนแนวเพื่อยกระดับการจัดงานสู่ระดับนานาชาติ ผ่านข้อสรุปดังต่อไปนี้



แนวทางการเชื่อมโยงการทำงานภาครัฐ (ท้องถิ่น และส่วนกลาง) และเอกชนในรูปแบบแผนบูรณาการเชิงประสิทธิภาพ

แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยผ่านระบบการจัดซื้อจัดจ้างนั้น ไม่เหมาะสำหรับการสนับสนุนการจัดงานให้เติบโตอย่างยั่งยืนได้ นอกจากนี้จากการโยกย้าย ผู้ว่าราชการจังหวัด ข้าราชการระดับสูง หรือ หัวหน้าส่วนราชการ ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการบริหาร และรวมถึงการสนับสนุนการจัดงานที่อยู่ในพื้นที่ และในบางพื้นที่มีการจัดงานทับซ้อนกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ทำให้เอกชนไม่สามารถแข่งขันได้

แนวทางการหารายได้ งบประมาณ และสิทธิประโยชน์

เงื่อนไขการขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ จำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบ TOR ซึ่งมีข้อกำหนดชัดเจนและไม่เอื้อต่อการจัดงานเทศกาล ส่งผลให้ผู้จัดงานเทศกาลไม่สามารถส่งมอบงานตามรูปแบบที่วางไว้ได้ และนอกจากนี้งานเทศกาลนั้นยังมีรูปแบบการจัดงานเทศกาลที่มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับประเภท (Sector) ของงานเทศกาล เป็นเหตุให้การสนับสนุนการจัดงานเทศกาลของแต่ละประเภทงานนั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวจึงส่งผลต่อการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการจัดงาน

แนวทางการปั้นและสร้างงานสู่งานลิขสิทธิ์รวมถึงมาตรฐานการจัดงานสู่ระดับประเทศและระดับนานาชาติ

ผู้จัดงานบางราย ขาดประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการขยายงานสู่ตลาดต่างประเทศ อาทิ การจด IP/License ว่าทำได้อย่างไร มีวิธี หรือ ขั้นตอน และสิทธิประโยชน์อย่างไรบ้าง นอกจากนี้การตั้งชื่องาน ที่เป็น Generic Term มากๆ เช่น Thailand / Bangkok / Drag ทำให้เกิดความสับสน หรือ ความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับงานเทศกาล

การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปพัฒนาการดำเนินงาน ในโครงการ/แผนงานที่วางไว้



แนวทางการเชื่อมโยงการทำงานภาครัฐ (ท้องถิ่นและส่วนกลาง) และเอกชน ในรูปแบบแผนบูรณาการเชิง ประสิทธิภาพ

- Festival Academy เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดงานเทศกาล
- การอบรมให้ความรู้หน่วยงานราชการเกี่ยวกับการจัดงานเทศกาล

แนวทางการหารายได้ งบประมาณ และสิทธิประโยชน์

- Festival Solutions: เพื่อให้ Festival Owner ได้แชร์ความต้องการและ Pain Point เพื่อหา Partners ในการเป็น Solutions ให้
- Fest with Pro: การให้คำปรึกษาแบบTailor-made ระหว่าง Festival Owner กับ Professional Festival Management
- Festival Open House: กิจกรรมการเปิดบ้านเพื่อนำและประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ เพื่อจับคู่ระหว่าง Festival Owner กับ Buyer ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ media agency, tech solutions เพื่อเปิดโอกาสให้ Festival Owner ได้นำเสนอ งานเทศกาลของตนให้กับหน่วยงานที่สามารถให้การสนับสนุน หรือ สร้างความร่วมมือต่างๆ ในการจัดงานเทศกาล

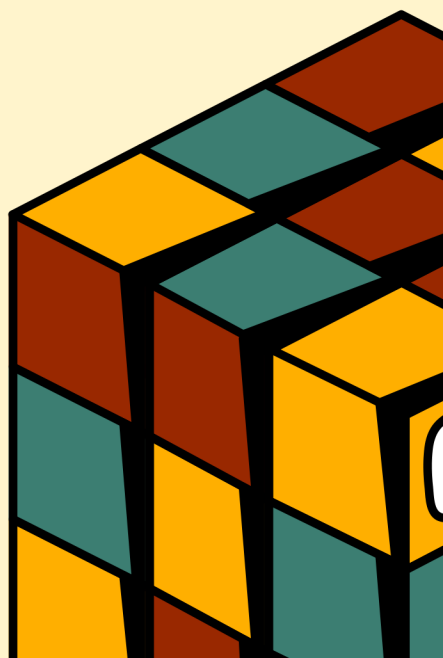
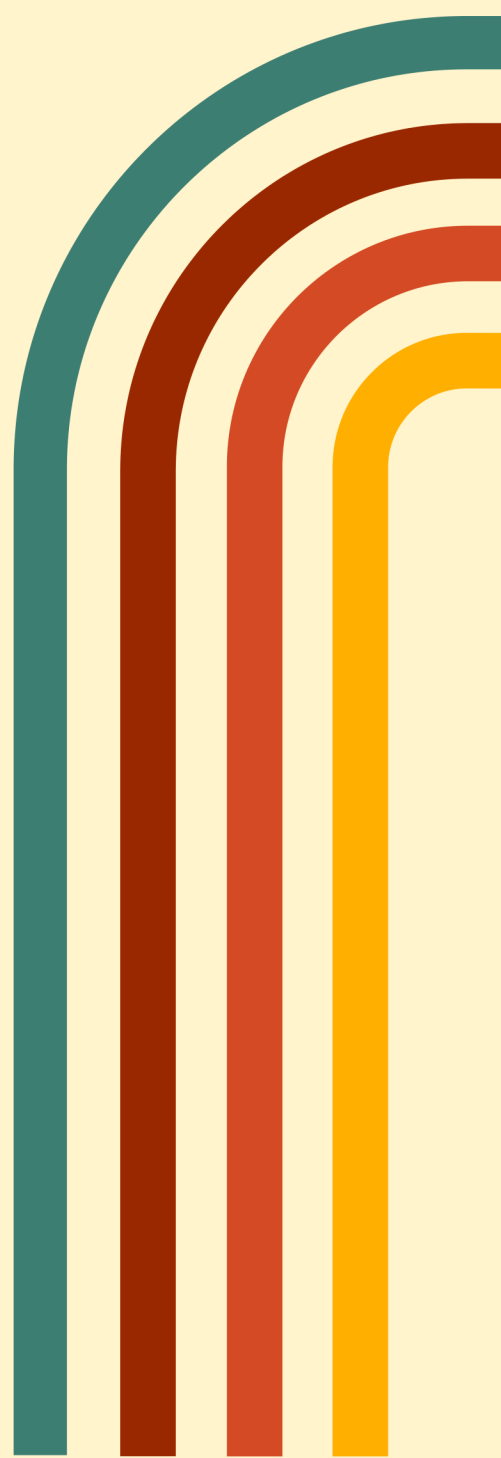
แนวทางการปั้นและสร้างงานสู่งานลิขสิทธิ์รวมถึงมาตรฐานการจัดงานสู่ระดับประเทศและระดับนานาชาติ

- การจัดทำ Workshop เพื่อให้ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้อง อาทิ การยื่นขอจดลิขสิทธิ์ วิธีการจัดทำคู่มือการจัดงานเทศกาล นานาชาติของแต่ละงานเพื่อเป็นคู่มือในการส่งออกงานเทศกาลหรือ กระจายงานเทศกาลสู่เมืองต่างๆ ในประเทศไทย

การประชุมหาเรื่องการวางแผน การตลาด ปี 2567

ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุม
และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

วันจันทร์ที่ 4 ธันวาคม 2566
เวลา 15.00 – 17.30 น.
โรงแรมเดอะ สลิล รีเวอร์ไซด์ กรุงเทพ





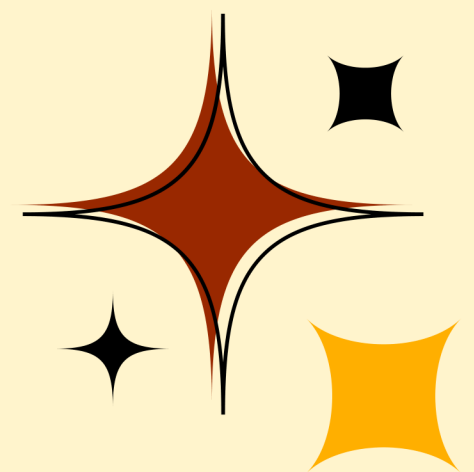
ผู้เข้าร่วมประชุม

มีผู้เข้าร่วมประชุมรวมทั้งสิ้น 28 ท่าน ประกอบด้วย

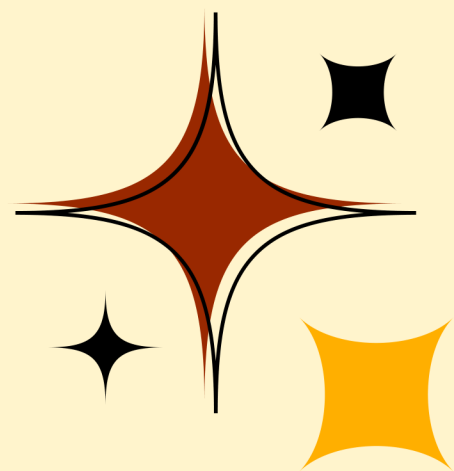
1. ผู้ชำนาญการด้านตลาดการจัดประชุมและการเดินทาง
เพื่อเป็นรางวัล (M&I MARKET CHAMPIONS) ซึ่งเป็นภาคเอกชน
ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรม Meeting & Incentive

2. ผู้แทนจากหน่วยงานพันธมิตร ได้แก่
สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)

3. เจ้าหน้าที่ สสปน.ที่เกี่ยวข้อง



การดำเนินการประชุม



ประเด็นการประชุม

- เพื่อหารือแลกเปลี่ยนความเห็นร่วมกันในการวางกลยุทธ์ สำหรับแผนการตลาดประจำปี 2567 ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และทิศทางตลาดในปัจจุบันและอนาคต ของ สสปน. กับผู้แทนจากหน่วยงานพันธมิตร ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ชำนาญการด้านตลาดการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

ผลจากการมีส่วนร่วม

- สสปน. นำข้อมูลทางการตลาดและแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ไปปรับปรุงให้เข้ากับวางแผนการตลาด ประจำปี 2567
- สสปน. นำข้อมูลแนวโน้มการตลาดในอนาคตมาจัดทำแผนงบประมาณกิจกรรมการตลาดเพื่อนำไปสู่การสร้างโอกาสการแข่งขันในระดับนานาชาติ

การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของหน่วยงาน

- นำไปปรับปรุงและวางแผนการตลาดให้เข้ากับสถานการณ์และทิศทางตลาดในปัจจุบันและอนาคต สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการไมซ์ไทย
- จัดทำแผนงบประมาณกิจกรรมการตลาดเพิ่มเติมจากแผนเดิมที่ได้วางไว้



โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงธุรกิจไมซ์สร้างสรรค์ รวมพลังชุมชนภาคเหนือ
กิจกรรมการพัฒนาเส้นทางไมซ์ภายใต้กรอบแนวคิดไมซ์สร้างสรรค์
รวมพลังชุมชน เสน่ห์แห่งมนต์อัตลักษณ์ ท้องถิ่น

โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ: โมส์สร้างสรรค์ร่วมพลังชุมชนภาคเหนือ
กิจกรรมการพัฒนาเส้นทางโมส์ภายใต้กรอบแนวคิดโมส์สร้างสรรค์ร่วมพลังชุมชน เสน่ห์แห่งมนต์อัตลักษณ์ ท้องถิ่น
จัดประชุม วันที่ 27 มีนาคม 2567 ณ The Imperial Hotel and Convention Centre Phitsanulok



วัตถุประสงค์การประชุม

1. เพื่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้จังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสถานประกอบการที่อยู่ภายใต้โครงการรับทราบการดำเนินงานของโครงการที่จะเกิดขึ้นในปี 2567
2. รับฟังข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในประเด็นของศักยภาพของพื้นที่ ว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จริงหรือไม่ เพื่อนำไปปรับเส้นทางและข้อมูลข่าวสารต่างๆ ก่อนที่จะสื่อสารออกไปยังกลุ่มเป้าหมายที่จะเดินทางมาทำกิจกรรม
3. มีการอบรมความรู้เรื่องเทรนด์ที่สำคัญในอุตสาหกรรมไมซ์ให้รับทราบและนำเสนอกรณีตัวอย่างการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ ที่สามารถต่อยอดกับอุตสาหกรรมไมซ์ได้ ผ่านการจัดเบรก อาหารและของชำร่วยในการจัดกิจกรรมไมซ์



ผู้เข้าร่วมการประชุม ประมาณ 30 คน ประกอบด้วย

1. TCEB
2. วิทยาการที่ให้ความรู้
3. หน่วยท้องถิ่น / ราชการ (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์) คือ สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก (ทกจ.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพิษณุโลก (ททท.) สำนักจัดการป่าอนุรักษ์ กรมป่าไม้ สมาคมเครือข่ายไมซ์ภาคเหนือตอนล่าง พัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก อบต.เนินมะปราง เทศบาลเนินมะปราง เทศบาลนครพิษณุโลก อบจ. พิษณุโลก
4. ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว คือ ร้านอาหารญี่ปุ่น Takara The Palais Phitsanulok ชุมชนบ้านมุงเหนือ ชุมชนบ้านผารังหมี ชุมชนในเมือง ชุมชนวังสัจจะ ชุมชนคลองชัยรัง บ้านตะเฒ่า เรนฟอเรสต์ รีสอร์ท พิษณุโลก ร้านกรีน มาสสาจ แอนด์ สปา Green Massage And Spa วณธรา รีสอร์ท (Wanathara Resort) ร้าน Ronghuk Outdoor Life ร้าน หลง คาเฟ่ See Mountain บ้านมุง ร้านนามุง คาเฟ่ Wantana Homestay นัชชานามุงโฮมสเตย์ บ้านมุงแคมป์ เนินมะปราง พิษณุโลก (กิจกรรมปิ่นเขา) สวนลุ่มบุญสมมะม่วงหวาน บ้านมุงแคมป์ และบ้านอั้งเปาโฮมสเตย์





ผลจากการมีส่วนร่วม

1. ผู้เข้าร่วมประชุมได้เห็นตัวอย่างการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาใช้ในกิจกรรมไมซ์ ซึ่งทำให้ได้แนวคิดและไอเดียกลับไปประยุกต์ใช้กับงานของตน
2. มีการอัปเดตศักยภาพของสถานที่จัดงานในจังหวัดให้เป็นปัจจุบันที่ทำให้สำนักงานภาคใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงเส้นทางกิจกรรมไมซ์ ก่อนจะทำการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมาย

การนำผลจากการมีส่วนร่วม ไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน

1. นำไปสู่การพัฒนาเส้นทางสายไมซ์ใหม่ให้เป็นตัวเลือกให้กับผู้ประกอบการในตลาด
2. พัฒนาด้านความรู้สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายเล็กหรือชุมชนที่เกี่ยวข้องให้สามารถทำงานในพื้นที่ได้
3. เป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของไทย พร้อมทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักเดินทางทั่วโลกได้เข้าใจและรับรู้ถึงความเป็นไทย
4. ประชาสัมพันธ์สถานที่ กิจกรรมไมซ์ในภาคเหนือที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งไทยและต่างชาติ