

THE MEDICAL AND HEALTHCARE MICE INDUSTRY

Thailand's MICE Industry Report



อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพนานาชาติ	1 - 12
ภาคส่วนไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของทวีปเอเชียและอาเซียน	13 - 20
สถานการณ์ไมซ์โดยภาพรวมของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2557	21 - 24
กรณีศึกษาอุตสาหกรรมไมซ์: (ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศสิงคโปร์ และประเทศไทย)	25 - 35
ทัศนะของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับระดับความสามารถของอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพในประเทศไทย	36 - 44
ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของประเทศไทย	45 - 50
ข้อความลงท้าย	51
 The International Medical and Healthcare MICE Industry	 1 - 12
Asia's and ASEAN's Medical MICE Sector	13 - 20
Thailand's Aggregate MICE Situation in 2014	21 - 24
MICE Case Studies (South Korea, Singapore, and Thailand)	25 - 35
Industry Expert's Opinions towards ASEAN's MICE Competitiveness	36 - 44
Proposed Strategies for the Development of Thailand's Medical and Healthcare MICE Industry	45 - 50
Concluding Remarks	51



อุตสาหกรรมไมซ์
ด้านการแพทย์
และการดูแลสุขภาพ
นานาชาติ

The International
Medical and Healthcare
MICE Industry

ในปี 2557 อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพนานาชาติมีความแข็งแกร่งและมีความพร้อมจนสามารถปรับตัวยืดหยุ่นในทุกภาคส่วนย่อย ผลการดำเนินการอุตสาหกรรมไมซ์ขึ้นอยู่กับสภาพของภาคเศรษฐกิจหลัก เนื่องจากจำนวนการประชุม การเปิดตัวสินค้า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการฝึกอบรมล้วนแต่สะท้อนระดับกิจกรรมเศรษฐกิจ นวัตกรรม และกำไรจากการดำเนินงาน ภาคส่วนเภสัชกรรมได้สร้างอุปสงค์สำหรับธุรกิจอื่นที่จำนวนมาก การผลิตยาชนิดใหม่ต้องอาศัยการลงทุนด้านการวิจัยและการพัฒนาของบริษัทเภสัชภัณฑ์ จึงทำให้ภาคส่วนเภสัชกรรมลงทุนงบประมาณด้านการวิจัยสูงกว่าภาคส่วนอื่นๆ KPMG International เผยว่างบประมาณจากการวิจัยและการพัฒนาที่สูงสุดในระดับโลก 10 โครงการนั้นเป็นการลงทุนของบริษัทเภสัชภัณฑ์ 5 โครงการ งบประมาณการวิจัยและการพัฒนารวมในภาคอุตสาหกรรมระหว่างปี พ.ศ. 2547 และ 2556 มีมูลค่ารวมเพิ่มจาก 88,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 135,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ KPMG International คาดการณ์ว่างบประมาณลงทุนรวมจะเพิ่มเป็น 149,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ต้นทุนประมาณการของการนำเภสัชภัณฑ์ที่ผลิตจากสารเคมีและสารชีวภาพเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2547 และ 2556¹

แพทย์และบุคลากรของบริษัทเภสัชภัณฑ์เป็นกลุ่มนักเดินทางที่มีลักษณะเฉพาะอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีความคาดหวังที่จะได้รับการดูแลและเอาใจใส่เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากมีประสบการณ์เดินทางมาก และเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อรายละเอียดงาน การร่วมงานกับนักเดินทางไมซ์กลุ่มนี้อาจต้องดำเนินการตามสภาพเงื่อนไขพิเศษทั้งด้านการท่องเที่ยวและหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ บุคลากรกลุ่มนี้อาจกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมเป็นการเฉพาะเพื่อจะได้มีวิธีการแก้ปัญหาเกี่ยวกับโอเวนที่มีลักษณะแตกต่างและน่าสนใจ² โอเวนที่ในสาขาวิชาชีพกลุ่มนี้มักจะจัดหลายวันโดยมีผู้เข้าร่วมจำนวนมากและมีรายการที่ซับซ้อน ดังนั้นฝ่ายสถานที่จัดงานจึงต้องทุ่มเทและมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ ตลอดจนมีการระดมทรัพยากรของสถานที่จัดงานทุกภาคส่วนมากกว่าปกติ³

In 2014, the international medical and healthcare industry exhibits its resilience across all MICE sub-sectors. MICE fortunes depend largely on the performance of key sectors as the volume of meetings, product launches, incentive trips and training sessions reflects economic activity levels, innovation and profitability thereof. The pharmaceutical sector creates considerable demand for business events. The creation of new drugs comes as a direct result of pharmaceutical companies' levels of investment in research and development (R&D). This provides the main rationale for the pharmaceutical sector's higher research investment outlays in comparison to any other. KPMG International has revealed that 5 of the 10 highest R&D budgets at the global level belong to pharmaceutical firms. The total 2004-2013 industry R&D expenditure increased from USD 88 billion to USD 135 billion, and is forecast to reach USD 149 billion by 2018. Meanwhile, the estimated cost of introducing a new chemical and biological entity to market more than trebled in the 2004-2013 period.¹

Physicians and pharmaceutical companies are very specific travelers and seek close attention since they travel extensively and insist on details. Special conditions apply to them in terms of both tourism and special codes of conduct. They could well set any kind of conditions as they aim to find some different and more inspiring solutions.² Events are normally organized for several days with a high number of participants and complex programs, which implies the utmost venue engagement and higher utilization of all venue departments.³

1. Rob Davison, EIBTM 2014 Trends Watch Report, Corporate Meetings – Performance of Key Sectors., p. 7

2. Stjepan Zovko, Spektar Holidays. Reported in SEE Business Travel & Meetings, SEE Business Travel & Meetings, Medical and Pharmaceutical Sector as Buyers in MICE. Retrieved December 4, 2014, from <http://www.seebtm.com/medical-and-pharmaceutical-sector-as-buyers-in-mice/?lang=en>

3. See Kornelia Radić, Sales Manager with hotel & congress-business centre Galleria, Subotica. Reported in SEE Business Travel & Meetings., ibid.



1.1

การประชุมด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ

Medical and Healthcare Meetings

แม้ว่าผลการสำรวจประจำปีของ International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO) จะแสดงว่าธุรกิจของสมาชิกสมาคมเติบโตเพียงเล็กน้อยในแง่ของจำนวนการประชุมที่จัดในปี พ.ศ. 2556 ทว่าอุตสาหกรรมการประชุมโดยภาพรวมกำลังฟื้นตัวขึ้นอย่างชัดเจน⁴ ผลการสำรวจโดยนิตยสาร Convene ของสมาคม Professional Convention Management Association (PCMA) แสดงให้เห็นว่าผู้วางแผนการประชุมอิสระและผู้วางแผนการประชุมของบริษัทต่างๆ จำนวน 41% คาดการณ์ว่าตลาดจะเติบโตในปี 2557 อย่างไรก็ตามผู้ที่ตอบแบบสอบถามหลายคนได้รับบาดเจ็บที่ส่งผลต่อภาคส่วนการประชุมโดยรวม ซึ่งรวมถึงแนวปฏิบัติด้านการประชุมทางการแพทย์ที่เข้มงวดยิ่งขึ้น นโยบายของรัฐบาลทำให้จำนวนเจ้าหน้าที่รัฐซึ่งเข้าร่วมการประชุมน้อยลง รวมทั้งค่าบริการของโรงแรมและค่าเดินทางทางอากาศที่สูงขึ้น⁵ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเกือบ 1 ใน 3 คาดว่างบประมาณของตนจะสูงขึ้น แต่ฝ่ายบริหารของบริษัทส่วนใหญ่ขอให้ลดงบประมาณการประชุม⁶ สำหรับจุดหมายปลายทางซึ่งผู้วางแผนการประชุมของสหรัฐฯ ประสงค์จะใช้จัดการประชุมในปี 2557 นั้น 42% ระบุว่าตนจะจัดการประชุมที่ต่างประเทศ โดยสถานที่ซึ่งคาดว่าจะได้รับเลือกที่สุุดนั้นปรากฏในตารางที่ 1

Despite the fact that the Annual Survey of International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO) members showed limited growth in the number meetings they organized in 2013, the meetings industry as a whole is showing a positive turn-around.⁴ The findings of the Professional Convention Management Association (PCMA) Convene Magazine's Meetings Market Survey showed that 41% of independent and corporate planners surveyed expected growth in 2014. However, many listed scenarios with negative bearing on the meetings sector across the board, including more stringent guidelines for medical meetings and policies that cut into government employee attendance, as well as rising hotel charges and air transportation costs.⁵ While almost 1/3 of the respondents expected to have a larger budget this year, the majority are asked by management to curtail meeting expenses.⁶ With respect to destinations the surveyed U.S. planners were eying in 2014, 42% stated that they would be holding meetings abroad. The potential foreign locations most likely to be chosen as meeting venues are presented in Table 1.

4. Michel Neijmann, President of IAPCO (International Association of Professional Congress Organisers). Reported in Rob Davison, *ibid.*, p. 20

5. Rob Davison, *op.cit.*, p. 23

6. Michelle Russell. Reported in Rob Davison., *ibid.* p. 23

ตารางที่ 1 การสำรวจขอ PCMA: จุดหมายปลายทางที่คาดว่าจะได้รับการพิจารณาให้จัดการประชุมนอกประเทศสหรัฐฯ

Table 1 PCMA Survey: Destinations Most Likely to Be Considered for Meetings Held outside of the U.S.

จุดหมายปลายทาง Destination	การสำรวจปี 2557 2014 Survey	การสำรวจปี 2556 2013 Survey
แคนาดา / Canada	82%	70%
ยุโรปตะวันตก / Western Europe	44%	36%
สหราชอาณาจักร / United Kingdom	42%	34%
เอเชีย / Asia	42%	38%
ยุโรปตะวันออก / Eastern Europe	39%	25%
เม็กซิโก / Mexico	35%	28%
แคริบเบียนและเบอร์มิวดา / Caribbean and Bermuda	34%	27%
อเมริกาใต้ / South America	28%	25%
เอเชียแปซิฟิก / Asia Pacific	28%	21%
แอฟริกา / Africa	20%	13%

Source: PCMA Convene Magazine's Meetings Market Surveys 2014 and 2013. Quoted in Rob Davison. EIBTM 2014 Trends Watch Report. Corporate Meetings – Performance of Key Sectors. p. 23

1.2

การประชุมนานาชาติ ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ

ในช่วงวิกฤตการณ์เศรษฐกิจครั้งล่าสุด อุตสาหกรรมการแพทย์และเภสัชกรรมเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในจำนวนไม่กี่อุตสาหกรรมที่ยังไม่ประสบปัญหา⁷ การที่ภาคส่วนนี้ยังเติบโตโดยรวมทำให้มีจำนวนการนำเสนอผลงานและการประชุมเพิ่มขึ้น⁸ การประกาศสถานการณ์โรคระบาดและการบริโภคเวชภัณฑ์มากขึ้นทำให้บริษัทเภสัชภัณฑ์มีรายได้เพิ่ม และมีการติดต่อใช้สถานที่สำหรับการประชุมต่างๆ มากขึ้น ซึ่งรูปแบบอีเวนต์ที่จัดกันมากที่สุดในอุตสาหกรรมนี้ได้แก่ การประชุมแบบ Congresses การประชุมแบบ Symposia และการสัมมนาเฉพาะด้าน⁹

Medical and Healthcare Conventions

During the time of crisis, the medical/pharmaceutical industry is one of few industries that has not registered a fall as yet.⁷ The fact that this industry is growing as a sector will understandably lead to increases in the number of presentations and congresses.⁸ The number of venue enquiries by the pharmaceutical sector grew due to higher income that these businesses generate in the wake of announced pandemics and higher consumption of pharmaceutical products. Congresses, symposia and specialist seminars are the types of events mostly organized within the medical/pharmaceutical industry.⁹

7. This is according to Matija Radović, Sales Manager in MICE Department with Radisson Blu Hotel in Dubrovnik, Croatia. SEE Business Travel & Meetings., ibid.

8. David Stanojević, Tami Residence Hotel Manager, Niš. Reported in SEE Business Travel & Meetings., ibid.

9. Reported in SEE Business Travel & Meetings., ibid.

จำนวนลูกค้าจากภาคส่วนการแพทย์และเภสัชกรรมคิดเป็นประมาณ 60% ของยอดการยื่นขอใช้สถานที่จัดประชุม ซึ่งรวบรวม ณ งานไมซ์เฉพาะด้านที่ Belgrade Convention Bureau เข้าร่วม¹⁰ ทั้งนี้วงการแพทย์มักจะเป็นผู้จัดงานขนาดใหญ่ที่เป็นงานกระแสหลัก โดยเป็นการประชุมภายในประเทศและการประชุมนานาชาติเฉพาะสาขา ในขณะที่ภาคส่วนเภสัชกรรมมักจัดอีเวนต์ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ งานนำเสนอผลิตภัณฑ์ และงานส่งเสริมการขาย ซึ่งมีขนาดเล็กกว่า¹¹ ในรายงานการสำรวจของ Marketing Challenges International ประจำปีนี้ชี้ว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ 2 ปีก่อน ผู้บริหารสมาคมในทวีปอเมริกาเหนือจำนวนกว่า 40% ที่เข้าร่วมการสำรวจคาดว่าจะมีงบประมาณ (Budget) และมีผู้เข้าร่วมอีเวนต์นานาชาติเพิ่มขึ้น ผู้วางแผนการประชุมจำนวน 91% คาดว่างบประมาณด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของตนจะเพิ่มขึ้นหรือคงที่สำหรับการประชุมที่ใกล้จะจัดขึ้น¹²

งานการประชุมลักษณะต่างๆ มีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมไม่เท่ากัน บริษัท Gulliver travel ในเมืองดูบรอฟนิค ประเทศโครเอเชียระบุว่าจำนวนของผู้เข้าร่วมการประชุมขึ้นอยู่กับประเภทของอีเวนต์ นับตั้งแต่จำนวน 100 ถึง 350 คน สำหรับการประชุมแบบ congress จำนวน 100 คนสำหรับการประชุมแบบ symposium จนถึงจำนวน 50 คนสำหรับการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (workshops)¹³ ในประเทศสหรัฐฯ ตัวเลขผู้เข้าร่วมงานอาจสูงมาก เช่นตัวเลขผู้เข้าร่วมงานที่เป็นผู้ประกอบการวิชาชีพ ณ งาน Greater New York Dental Meeting ในปี 2556 มีจำนวน 46,284 คน ในขณะที่จำนวนผู้เข้าร่วมงานรวม เท่ากับ 54,629 คน (ดูตารางที่ 2)

The percentage of clients in the medical/pharmaceutical sector is approximately 60% based on enquiries at specialized MICE exchanges participated by Belgrade Convention Bureau.¹⁰ The traditional and large events are normally organized by the medical sector when it comes to specialist local and international congresses in specialized medical fields, while the pharmaceutical sector usually organizes relatively smaller-sized events, workshops, presentations and promotions.¹¹ This year's Marketing Challenges International's survey report showed that more than 40% of North American association executives surveyed envisaged increased budgets and higher attendance at international events in comparison to the previous two years. 91% of planners expect those budgets to increase or remain the same for the forthcoming events.¹²

With respect to the number of meeting participants, real-world experiences vary. Gulliver travel, Dubrovnik stated that the number of participants depends on event types, ranging from 100 and 350 for congresses, 100 for symposiums, to 50 for workshops.¹³ In the United States, attendance figures could well be staggering: the professional attendance figure at the Greater New York Dental Meeting in 2013 was 46,284, while the total attendance figure was 54,629 (see Table 2).



10. Dragana Babović, MICE Coordinator with Belgrade Convention Bureau. Reported in SEE Business Travel & Meetings., *ibid*.

11. Jovana Aleksić, Corporate Business & Marketing Manager of Holiday Inn, Belgrade. Reported in SEE Business Travel & Meetings., *ibid*.

12. Marketing Challenges International. Trends in International Association Meetings from North America. Reported in Rob Davison, *op cit.*, p.13

13. Reported in SEE Business Travel & Meetings., *ibid*.

ตารางที่ 2 HCEA Top 10 by Professional Attendance /
Table 2 HCEA Top 10 by Professional Attendance

อันดับ Rank	ชื่อสมาคม Association Name	ผู้เข้าร่วมงานที่เป็นผู้ประกอบการวิชาชีพ Professional Attendance	ผู้เข้าร่วมงานรวม Total Attendance
1	FIME Intermed USA / Federation Of International Medical Equipment Suppliers	52,890	57,000
2	Greater New York Dental Meeting	46,284	54,629
3	Radiological Society Of North America, Inc.	32,696	54,008
4	American Society Of Clinical Oncology - Annual Meeting	26,400	32,200
5	Society For Neuroscience - Annual Meeting	24,823	30,469
6	California Dental Association - Anaheim	22,408	28,144
7	Massachusetts Dental Society - Yankee Dental Congress	21,390	27,888
8	Chicago Dental Society	21,239	29,895
9	American Society Of Hematology	19,271	22,347
10	Hinman Dental Society	17,777	21,872

Source: Healthcare Convention & Exhibitors Association (HCEA)

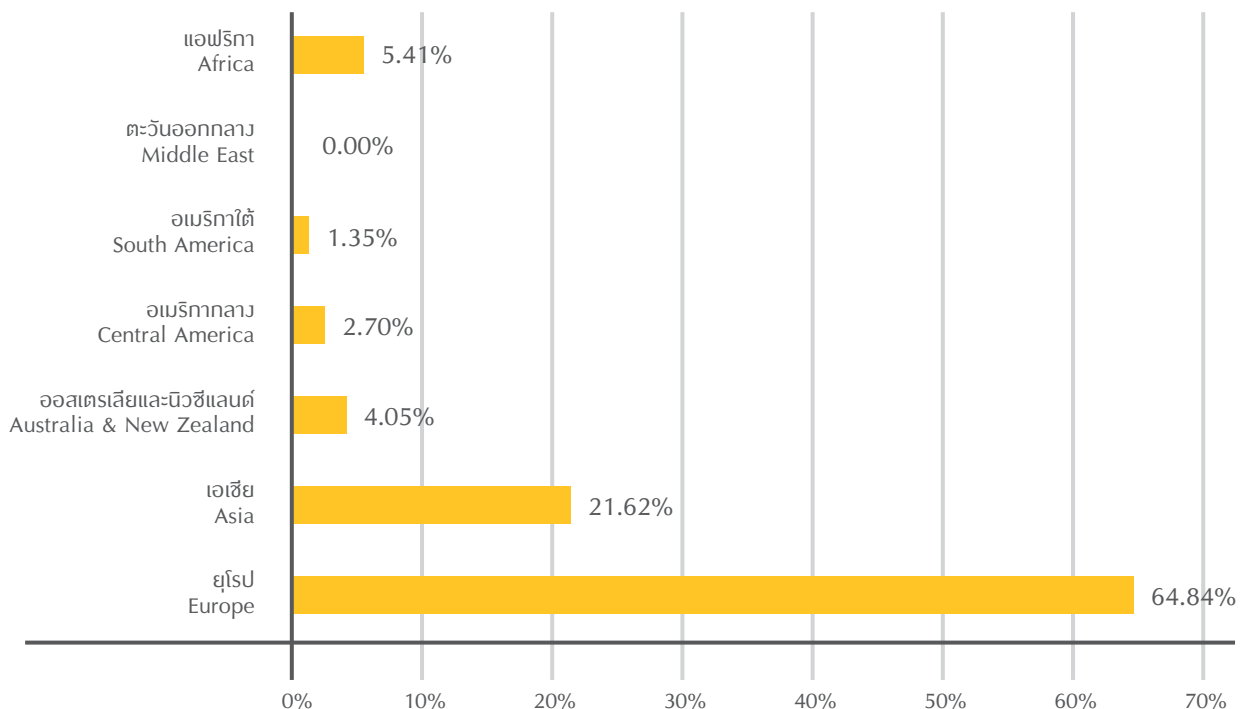
ตามข้อมูลของ Marketing Challenges International ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 77% กล่าวว่าจำนวนผู้เข้าร่วมอีเวนต์เฉลี่ยในทวีปอเมริกาเหนือเพิ่มขึ้นหรือคงที่ในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ในจำนวนนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามเกือบ 40% รายงานว่าจำนวนผู้เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 32% ระบุว่าตนมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 1,000 คนในงานประชุมกลุ่มขนาดใหญ่ จำนวนร้อยละเฉลี่ยของผู้เข้าร่วมงานที่เดินทางจากสหรัฐฯ ไปร่วมงานประชุมนานาชาติเท่ากับ 30%¹⁴ ในด้านการเลือกสถานที่ เมืองในทวีปยุโรปยังคงเป็นสถานที่จัดงานการประชุมนานาชาติหลัก กล่าวคือ 65% ของผู้วางแผนการประชุมที่สำรวจจัดงานการประชุมนานาชาติครั้งล่าสุดของตน โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ใน 4 ระบุว่าเลือกจัดงานที่ยุโรปตะวันตก จุดหมายปลายทางในทวีปเอเชียก็เป็นตัวเลือกที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้วางแผนจัดงานระดับสมาคม โดยผู้ตอบแบบสอบถามประมาณ 22% เลือกจัดงานการประชุมนานาชาติครั้งล่าสุดในทวีปเอเชีย¹⁵

According to Marketing Challenges International 77% of the respondents stated that the average attendance at events in North America has also increased or remained the same in the last two years. Almost 40% of the respondents report an increase. 32% of the respondents have more than 1,000+ participants at their largest meetings. The average percentage of delegates travelling from the US to international meetings is 30%.¹⁴ With respect to site selection, European cities remain dominant as international meetings venues: 65% of surveyed planners hosted their last international meeting there, with three-fourths of those respondents specifying Western Europe as the selected region. Asian destinations were also popular choices among association planners with approximately 22% of respondents hosted their last international meeting there.¹⁵

รูปที่ 1 สถานที่จัดงานประชุมระดับสมาคมครั้งล่าสุด

Figure 1 Locations of Last International Association Meetings

Source: Rob Davison. EIBTM 2014 Trends Watch Report. Corporate Meetings – Performance of Key Sectors. p. 15



14. Rob Davison, *op.cit.*, p.13

15. Rob Davison, *ibid.*, p.14-15

รายงานสถิติการประชุมนานาชาติประจำปีของ Union of International Associations (UIA) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ซึ่งได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับการประชุมสมาคมระดับนานาชาติ ในปี พ.ศ. 2556 นั้น ประเทศสิงคโปร์ สหรัฐฯ และประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่ได้รับความนิยมสูงสุดในหมวดประเทศที่จัดงานประชุมโดยมีการจัดงานทั้งหมด 994, 799 และ 635 ครั้งตามลำดับ ในขณะที่สิงคโปร์ บรัสเซลส์ และเวียนนา ได้รับความนิยมสูงสุดในหมวดเมืองที่จัดประชุมโดยมีการจัดงานทั้งหมด 994, 436 และ 318 ครั้งตามลำดับโดยข้อมูลของ UIA ระบุว่าจำนวนการประชุมในปีพ.ศ. 2556 เพิ่มขึ้น 408,798 ครั้ง จากจำนวนการประชุม 392,588 ครั้งในปี 2555¹⁶ ทั้งนี้ทาง Marketing Challenges International ตั้งข้อสังเกตว่าผู้วางแผนการประชุมระดับสมาคมของทวีปอเมริกาเหนือจำนวนมากเต็มใจที่จะใช้สถานที่ที่เดิมสำหรับการจัดประชุมนานาชาติขนาดใหญ่พิเศษ ขณะที่สถานที่ตั้งและต้นทุนเป็นปัจจัยหลักในการเลือกสถานที่ ส่วนชื่อเสียงของสถานที่เป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยกว่า¹⁷

The Union of International Associations' annual International Meetings Statistics Report provides data on top destinations for international association conferences. In 2013, Singapore (994 meetings), the US (799 meetings) and the Korea Republic (635 meetings) held the top places in the country rankings, while Singapore (994 meetings), Brussels (436 meetings) and Vienna (318 meetings) topped the city rankings. There is clear evidence of growth in the number of conferences organized globally. The total number of meetings on the UIA database for 2013 reached 408,798 from the 392,588 meetings in 2012.¹⁶ Marketing Challenges International noted that a significant percentage of association planners in North America are willing to repeat venues for their largest international conferences. Location and cost are the driving factors for site selection, while destination reputation counts less as a factor.¹⁷



16. Meetings taken into consideration include those organized and/or sponsored by the international organizations which appear in the Yearbook of International Organisations and in the International Congress Calendar. See Rob Davison, *ibid.*, p.15-16

17. Rob Davison, *ibid.*, p.13

1.3

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลด้านการแพทย์ และการดูแลสุขภาพ

Medical and Healthcare Incentives

อุตสาหกรรมเภสัชกรรม อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ภาคการเงิน และอุตสาหกรรมรถยนต์เป็นภาคส่วนที่เริ่มใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกลุ่มแรก¹⁸ ในช่วงปลายทศวรรษ 1980s ธุรกิจประกันภัย และบริษัทเภสัชกรรม (โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทเภสัชกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐฯ) ได้ใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2533 (ค.ศ.1990) อุตสาหกรรมเภสัชกรรม และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ได้ส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากยิ่งขึ้นอย่างชัดเจน¹⁹ ปัจจุบันนี้ถือว่าอุตสาหกรรมเภสัชกรรมคือภาคส่วนที่เป็นลูกค้ารายสำคัญของอุตสาหกรรมการประชุม (Meetings) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ข้อมูลของ European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA) ระบุว่าในทวีปยุโรปอุตสาหกรรมเภสัชกรรมจ้างพนักงานโดยตรงจำนวน 660,000 คน และสามารถสร้างงานทางอ้อมจำนวนกว่านั้นอีก 3 ถึง 4 เท่า²⁰ ผลการศึกษาในประเทศเบลเยียมและประเทศลักเซมเบิร์กชี้ให้เห็นว่ากลุ่มบริษัทที่ใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากที่สุดนั้นอยู่ในอุตสาหกรรมเภสัชกรรม ตามมาด้วยอุตสาหกรรมโลหะ ภาคส่วนวิทยาการสารสนเทศ อุตสาหกรรมรถยนต์ และอุตสาหกรรมอาหารตามลำดับ²¹

Together with the computer, electrical, financial, and automotive industries, the pharmaceutical industry was an early adopter of incentive travel.¹⁸ In the late 1980s, the insurance business and, especially in the U.S.'s Northeast, the pharmaceutical industry increased their use of incentive travel. In 1990, the pharmaceutical and book publishing industries expected substantial increases.¹⁹ Currently, the pharmaceutical industry is a key client sector of the meetings and incentive travel industry, directly employing 660,000 people within Europe alone and generates three to four times more employment indirectly, according to the European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA).²⁰ Indeed, a study in Belgium and Luxembourg reveals that the largest groups of companies using incentive travel are in the pharmaceutical industry, followed by the metal industry, information technology, automotive and food respectively.²¹

เนื้อหาต่อไปนี้เป็น การสำรวจแนวโน้มหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งผลการสำรวจนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับภาคส่วนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ และการดูแลสุขภาพได้ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลฟื้นตัวกลับมามีบทบาทอีกครั้ง และผลการสำรวจรายการหลักๆ แสดงถึงความคาดหวังเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเชิงบวก บริษัทในสหรัฐฯ ใช้งบประมาณจำนวน 240,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปีสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลซึ่งในงบประมาณส่วนนี้ การนำไปใช้ในการเดินทางยังจุดหมายปลายทางในต่างประเทศจำนวนมากพอสมควร รายงานสำรวจดัชนีประจำปีฉบับล่าสุดของ SITE International Foundation แสดงให้เห็นถึงภาพรวมในเชิงบวกเกี่ยวกับการใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งมีสถิติสูงสุดในรอบ 4 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 48%

What follows is a survey on major trends in the incentive sector which may well apply to medical and healthcare incentives. Key surveys point to a resurgence in the use of incentive travel and fairly upbeat expectations for incentive events. US firms spend USD 240 billion annually on incentive travel, and a sizeable proportion of that is spent in destinations abroad. SITE International Foundation's most recent Index Annual Survey demonstrated that optimism about the overall use of incentives is at a four-year high, with 48% of respondents stating that its use will increase or substantially increase over the next 6 months.

18. Patrick De Groote. The Incentive Research Foundation. The Market for Incentive Travel in Belgium and Luxembourg. Retrieved 24 December 24th, 2014, from <http://theirf.org/direct/user/file/pdf/The-Market-for-Incentive-Travel-in-Belgium-and-Luxembourg.pdf>. 2003. p.3

19. Tom Belden, Knight-Ridder. The Baltimore Sun. Incentive programs seen holding their own despite downturn Business travel. Retrieved 24 December 24th, 2014, from http://articles.baltimoresun.com/1991-02-04/business/1991035151_1_incentive-travel-incentive-business-business-travel. 1991

20. Rob Davidson. EIBTM 2012 Trends Watch An Evaluation. Retrieved 24 December 24th, 2014, from http://www.clcvecta.nl/content/user/files/public_documents/EIBTM-2012-Trend-Watch-Report.pdf. p. 7

21. Patrick De Groote, op. cit., p.4

ระบุว่าจะมีการใช้นโยบายนี้เพิ่มขึ้นหรือเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในอีก 6 เดือนข้างหน้า และแนวโน้มเป็นเชิงบวกยิ่งขึ้นไปอีกในรอบอีก 3 ปีข้างหน้าโดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 87% ระบุว่าจะมีการใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพิ่มขึ้นหรือเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก²²

การสำรวจของ Incentive Research Foundation (IRF) ยังได้นำเสนอผลการสำรวจที่สำคัญประการอื่นๆ ด้วยคือ

- 1) โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดการณ์ว่างบประมาณการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะไม่เปลี่ยนแปลง (47%) หรือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย (37%) ในปี พ.ศ. 2557
- 2) ในด้านระยะเวลาเฉลี่ยของการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลและจำนวนของผู้เข้าร่วมปรากฏว่า จำนวนโครงการที่มีระยะเวลาสั้นลงและมีผู้เข้าร่วมน้อยลงนั้น ลดจำนวนลงอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าระยะเวลาของการเดินทางจะไม่เพิ่มขึ้นก็ตาม
- 3) ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของบริษัทจำนวน 95% ไม่ได้คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงยุทธศาสตร์จากการจัดการเดินทางเป็นกลุ่มไปเป็นการจัดการเดินทางเฉพาะบุคคล
- 4) นักวิชาชีพด้านการจัดซื้อจัดจ้างก็มีบทบาทในการซื้อบริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 52% ไม่ได้คาดว่าสภาพการณ์นี้จะเปลี่ยนแปลง จำนวน 32% คาดว่าสภาพการณ์นี้จะเพิ่มขึ้นพอควร ในขณะที่จำนวน 21% คาดว่าสภาพการณ์นี้จะเพิ่มขึ้นอย่างมาก²³

รายงาน C&IT State of the Industry Report นำเสนอว่าหน่วยงานต่างๆ เลือกจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในลักษณะที่กล้าทดลองสิ่งแปลกใหม่มากขึ้น ผู้ที่เดินทางไปยุโรปมาก่อนจะเริ่มขยายเดินทางไปสถานที่ระยะกลาง ซึ่งรวมถึงโมร็อกโก อิสตันบูล และตะวันออกกลาง ส่วนผู้ที่เคยเดินทางในระยะบิน 4 ถึง 5 ชั่วโมงจะเริ่มพิจารณาจุดหมายปลายทางระยะไกลขึ้นกว่าเดิม²⁴ รายงาน IRF ระบุภูมิภาคที่ผู้วางแผนโครงการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอาจเลือกเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับปีที่จะถึงนี้ รูปที่ 2 แสดงให้เห็นว่าแคริบเบียนเป็นสถานที่ยอดนิยม มีผู้เลือกจำนวน 47% ตามมาด้วยทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งมีผู้เลือก 43% ทวีปยุโรปครองตำแหน่งที่สาม มีผู้เลือก 34% ในขณะที่ยุโรปกลางมีผู้เลือก 19% ทวีปเอเชียมีผู้เลือก 11%²⁵

Over the next 3 years, the trend is even more positive, with 87% stating that it will either increase or substantially increase.²²

The IRF survey also presented other key findings, including

- 1) there appears to be a majority expectation that most motivational travel budgets will either remain unchanged (47%) or slightly increase (37%) in the coming year
- 2) with respect to the average length of incentive trips and number of participants, the number of programs decreasing in duration and size has dropped steadily even though the length of these trips is not increasing
- 3) 95% of corporate incentive users do not expect a change in strategy from group travel to individual trip arrangements
- 4) procurement and purchasing professionals also play a part in the buying of incentive travel. 52% of the respondents did not expect this to change, 32% expected this to increase moderately, while 21% expected it to increase significantly.²³

The Conference and Incentive Travel (C&IT) State of the Industry Report revealed that agencies were becoming more adventurous with respect to destinations for motivational trips. Those travelling to Europe before are venturing to mid-haul places, including Morocco, Istanbul and the Middle East. Those who were traveling four to five hours' flight time are now considering long-haul destinations.²⁴ The IRF survey identified geographical regions chosen as possible destinations for incentive program(s) among incentive planners for the coming year. Figure 2 shows that the Caribbean topped the list with 47%, followed by North America at 43%. Europe came third with 34%, while Central America came in with 19%. Asia was chosen by 11% of the surveyed planners.²⁵

22. Rob Davison, *op cit.*, p.17

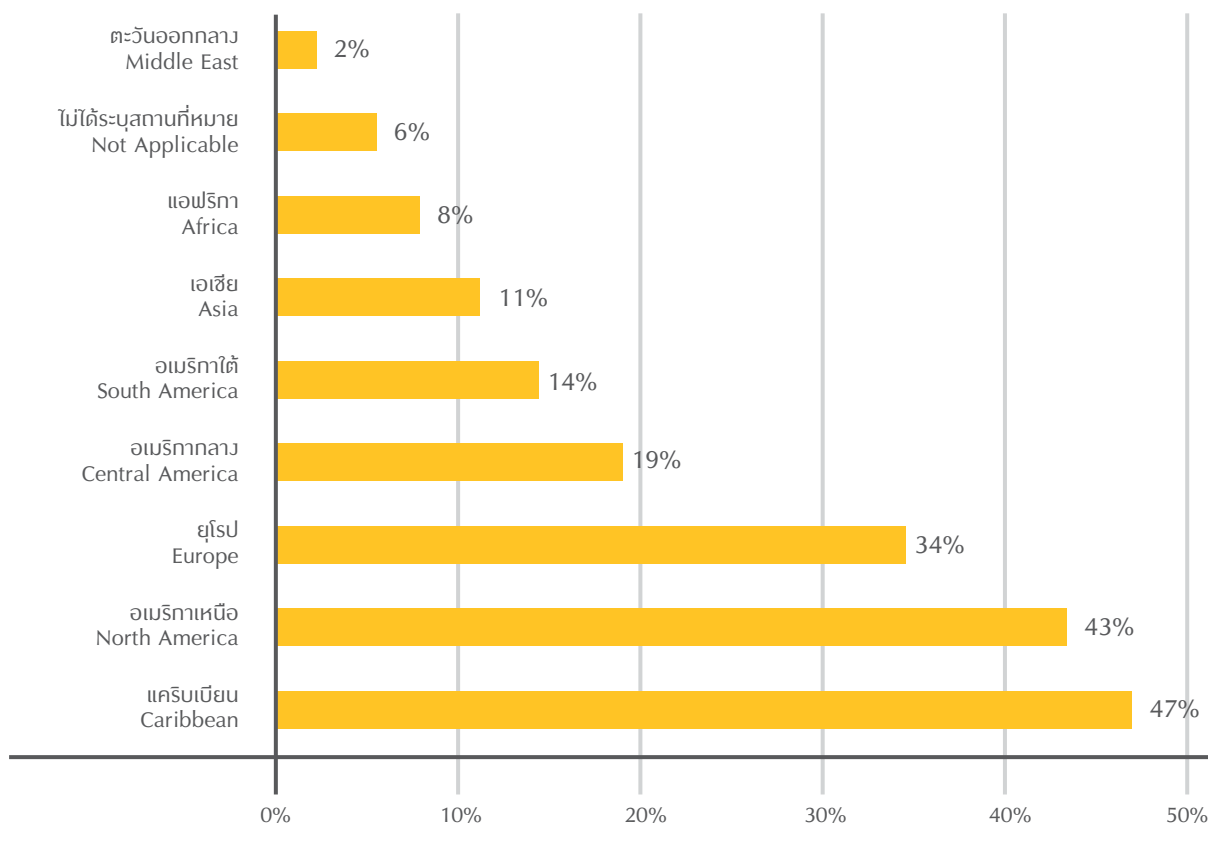
23. Rob Davison, *ibid.*, p.18-19

24. Susie Harwood. Conference & Incentive Travel. State of the Industry 2014: Event activity analysis, Retrieved 21, 2014, from <http://www.citmagazine.com/article/1298665/state-industry-2014-event-activity-analysis?HAYILC=TOPIC>, and Rob Davison, *op.cit.*, p. 21

25. Rob Davison, *ibid.*, p. 21

รูปที่ 2 ภูมิภาคที่มีโอกาสได้รับเลือกเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับโครงการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
Figure 2 Geographical Regional Likely to be Chosen as Destination for Incentive Program(s)

Source: Rob Davison. EIBTM 2014 Trends Watch Report. Corporate Meetings – Performance of Key Sectors. p. 21



1.4

การแสดงสินค้านานาชาติด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ

ในระดับโลกงานแสดงสินค้าด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพยังคงมีบทบาทต่อไปในปีพ.ศ. 2556 ตัวเลขจำนวนผู้เข้าร่วมงานรวม ณ FIME Intermed USA / Federation of International Medical Equipment Suppliers เท่ากับ 57,000 คน ในขณะที่ตัวเลขผู้เข้าร่วมงานซึ่งเป็นผู้ประกอบวิชาชีพเท่ากับ 52,890 คน ซึ่งมีอัตราการเติบโตเท่ากับ 5.3% และ 6.5% จากตัวเลขของทั้งสองกลุ่มในปี 2555 ตามลำดับ²⁶

Medical and Healthcare Exhibitions

Globally, medical and healthcare exhibitions continue to exert its presence. In 2013, the total attendance figure at FIME Intermed USA / Federation Of International Medical Equipment Suppliers was 57,000, while the professional attendance figure was 52,890, representing increase rates of 5.3% and 6.5% over the 2012 figures respectively.²⁶

26. HCEA. HCEA Top 50 by Total. Retrieved December 20, 2014, from Attendance http://c.yimcdn.com/sites/www.hcea.org/resource/resmgr/docs/june_2014_top_50_total_atten.pdf

ในขณะเดียวกัน งานแสดงสินค้าที่ Messe Düsseldorf Group จัดขึ้นนั้นครอบคลุมประเทศหลักๆ ที่มีบทบาทด้านไมซ์ กล่าวคือ ทางกลุ่มจัดงาน MEDICA ซึ่งเป็นตลาดสินค้าและบริการด้านการแพทย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่เมืองดุสเซลดอร์ฟ ประเทศเยอรมนี²⁷ ปัจจุบันงานนี้ดึงดูดผู้แสดงสินค้ากว่า 4,600 ราย และผู้เข้าร่วมชมกว่า 132,000 คน ทั้งนี้ทางกลุ่มเป็นผู้จัดงาน จัดการแสดง หรือมีส่วนร่วมจัดแสดงงานแสดงสินค้าทางการแพทย์หรือการประชุมโดยใช้ตรา World of MEDICA ในพื้นที่ 4 ทวีป ดังนั้นคือ ร่วมจัดงานแสดงสินค้า CHINA MED ในกรุงปักกิ่งเป็นคูภาคีในงาน HOSPITALAR ณ นครเซาเปาโล และงาน ZDRAVOOKHRANENIYE ในกรุงมอสโก ตลอดจนเป็นผู้จัดงานต่อไปคือ MEDICA World Forum เพื่อการแพทย์ในเมืองดุสเซลดอร์ฟประเทศเยอรมนี งาน MEDICAL FAIR ASIA (สิงคโปร์) MEDICAL FAIR INDIA (มุมไบ และนิวเดลี) MEDICAL FAIR THAILAND (กรุงเทพมหานคร) MEDICAL WORLD AMERICAS (ฮุสตัน) และ MEDIZ SPB – MEDICAL FAIR (เซนต์ปีเตอส์เบิร์ก)²⁸

รายละเอียดของ CHINA MED แสดงให้เห็นภาพภาคส่วนการแสดงผลงานด้านนาฬิกาชีวิตด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพในทวีปเอเชียอย่างชัดเจน ในปี 2556 การจัดงาน International Medical Instruments & Equipment Exhibition ครั้งที่ 26 (China Med 2014) ครอบคลุมพื้นที่แสดงสินค้านาน 33,000 ตร.ม. และมีผู้แสดงสินค้า 545 รายจาก 22 ประเทศ²⁹ China Med 2014 มีนักธุรกิจเข้าชมงาน 29,500 ราย ครอบคลุมหัวข้อหลัก 5 หัวข้อ มีการประชุมวิชาการ 28 รายการ และมีการจัดซื้อจัดจ้างในงานคิดเป็นยอดรวม 310 ล้านเหรียญสหรัฐ³⁰

Meanwhile, trade fairs organized by Messe Düsseldorf Group spans a number of major MICE countries. The Messe Düsseldorf Group, has staged MEDICA – the world's largest medical marketplace – in Düsseldorf, Germany.²⁷ This trade show now attracts over 4,600 exhibitors and 132,000 visitors. The Group organizes, stages or co-stages medical trade fairs and congresses under the brand "World of MEDICA" on four continents: the Messe Düsseldorf Group co-stages CHINA MED in Beijing and is a partner for HOSPITALAR in São Paulo and ZDRAVOOKHRANENIYE in Moscow; as well as organizes the following trade shows – MEDICA World Forum for Medicine in Düsseldorf Germany, MEDICAL FAIR ASIA [Singapore], MEDICAL FAIR INDIA [Mumbai and New Delhi], MEDICAL FAIR THAILAND [Bangkok], MEDICAL WORLD AMERICAS [Houston], and MEDIZ SPB – MEDICAL FAIR [St. Petersburg, Russia].²⁸

Details of CHINA MED provide a concrete picture of the medical and healthcare exhibition sector in Asia. The 26th International Medical Instruments & Equipment Exhibition (China Med 2014) covered a total exhibition area of 33,000 m², and attracted 545 exhibitors from 22 different countries.²⁹ China Med 2014 welcome 29,500 trade visitors, covered 5 major themes, 28 academic conferences, and involved USD 310 million on-site procurements.³⁰



27. Messe Düsseldorf Group. MEDICA. Retrieved December 21, 2014, from http://www.medica-tradefair.com/cipp/md_medica/custom/pub/content/oid,40951/lang,2/ticket,g_u_e_s_t/-/At_a_glance.html

28. Messe Düsseldorf Group. World of MEDICA. Retrieved December 21, 2014, from http://www.medica.de/cipp/md_medica/custom/pub/content/oid,41175/lang,2/ticket,g_u_e_s_t/-/Home.html

29. Chinamed.net. Welcome to Download China Med 2014 Post Show Report. Retrieved December 21, 2014, from <http://www.chinamed.net.cn/en/newsbrowse.asp?id=1918>

30. Chinamed.net. 26th Post Show Report. International Medical Instruments and Equipment Exhibition. Retrieved December 21, 2014, from <http://www.chinamed.net.cn/download/2014/CHINAMED2014PostShowReport.pdf>

2

ภาคส่วนไมซ์ด้านการแพทย์
และการดูแลสุขภาพของ
ทวีปเอเชียและอาเซียน

Asia's and ASEAN's
Medical MICE Sector

2.1

ภาคส่วนไมซ์ด้านการแพทย์และ การดูแลสุขภาพของทวีปเอเชีย

ทวีปเอเชียมีสถานะเป็นแหล่งตลาดและจุดหมายปลายทางด้านไมซ์หลักที่สำคัญยิ่งขึ้น สถานการณ์ในประเทศจีนมีพัฒนาการที่รวดเร็วเป็นพิเศษ รายงานเกี่ยวกับผู้ซื้อบริการด้านไมซ์ของประเทศจีน (China MICE Buyers Report) ซึ่งในปีพ.ศ. 2557 ภาคส่วนการประชุมและอีเวนต์ได้เติบโตเต็มที่อย่างเห็นได้ชัดในช่วงเวลาอันสั้น และขณะนี้กำลังอยู่ในทิศทางเดียวกันกับภาคส่วนธุรกิจอีเวนต์ในภูมิภาคอื่นเป็นสำคัญ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญขึ้นมากในการที่ผู้ซื้อใช้พิจารณาในการเลือกสถานที่จัดงานและจุดหมายปลายทางสำหรับงานไมซ์ การที่ผู้ซื้อบริการด้านไมซ์ให้ความสำคัญเรื่องราคารุนั้นส่วนหนึ่งมาจากการที่รัฐบาลมีนโยบายลดงบประมาณค่าใช้จ่าย ซึ่งมีผลต่อภาคส่วนการประชุมของภาครัฐ³¹ หากกล่าวให้แน่ชัดแล้ว การประชุมภาครัฐยังเป็นตลาดที่สำคัญของภาคส่วนธุรกิจอีเวนต์ อย่างไรก็ตามหน่วยงานในอุตสาหกรรมนี้เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของศักยภาพของตลาดการประชุมภาครัฐกิจและสมาคมซึ่งมีสูงขึ้น³²

หากพิจารณาถึงศักยภาพของภาคส่วนไมซ์ด้านการแพทย์และเภสัชกรรมของประเทศไทยแล้ว อาจกำหนดได้ถึงแนวโน้ม 2 ประการเป็นสำคัญคือ

1) ประเทศจีนเริ่มเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาเภสัชภัณฑ์ที่สำคัญแห่งใหม่หนังสือพิมพ์ Financial Times รายงานว่าประเทศจีนได้ประกาศให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ โดยถือเป็นนโยบายเร่งด่วนของชาติ³³

Asia's Medical MICE Sector

Asia is asserting its standing as a growing source of demand and a key MICE destination. The situation in China is evolving particularly fast. This year's China MICE Buyers Report pointed to the fact that the country's meetings and events sectors has matured significantly over a short period of time, and are now firmly on the track of functioning very much in the same vein as business events sectors in other regions. Price has become considerably more significant as a factor taken into account by buyers in their venue and destination selection for their MICE events. This new pragmatic approach among buyers is partly attributable to the Chinese government's austerity move, which has had a perceivable impact on the public-sector meetings segment.³¹ To be sure, government meetings still count among the top source markets for the country's business events sector. However, its industry players are currently recognizing more robust potential in the business and association meetings markets.³²

Specifically, with respect to China's medical and pharmaceutical MICE potential, two key trends have been identified:

1) the country is set to become a new force in pharmaceutical development. According to the Financial Times, the country has proclaimed faster development of research-based pharmaceutical products one of its national priorities³³

31. Rob Davison, *ibid.*, p.24

32. Rob Davison, *ibid.*, p.25

33. Rob Davison, *ibid.*, p.8

2) เนื่องจากประเทศจีนก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว จึงมีการจัดการประชุมวิชาการและการแพทย์เพื่อศึกษาสาขาต่างๆ อาทิ ทันตวิทยา (Odontology) วิทยากระดูก (Osteology) และ จักษุวิทยา (Ophthalmology) การประชุมเหล่านี้ยังได้ปูทางให้เกิดการเคลื่อนย้ายและเคลื่อนไหวไปตามเมืองใหญ่ต่างๆ ของประเทศจีนมากขึ้น³⁴

การตั้งสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดด้านไมซ์ เป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในการพัฒนา ด้านไมซ์ ณ เมืองหางโจวในปี พ.ศ. 2557 คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวหางโจว (Hangzhou Tourism Commission: HTC) ได้ตั้งสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติ ทำให้มีการขับเคลื่อนทางการตลาดด้วยการพัฒนาต่างๆ เช่น การจัดทำเว็บไซต์ และการจัดทำวารสาร MICE Hangzhou E-journal เป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน³⁵ อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และเภสัชกรรม เป็นเป้าหมายในการส่งเสริมประการหนึ่ง โดยมีการจัดการประชุม National pharmaceutical cold chain logistics conference ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557 เพื่อสร้างระบบห่วงโซ่โลจิสติกส์แบบรักษาความเย็นสำหรับเภสัชภัณฑ์และระบบบริการที่ปลอดภัยและประหยัด³⁶

ในส่วนผลการปฏิบัติงานด้านการประชุมนานาชาติของทวีปเอเชีย นั้น ปรากฏว่าสิงคโปร์ เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ติดอันดับประเทศยอดนิยมในการประชุมนานาชาติประจำปี 2556 โดยอยู่ในอันดับที่ 1 อันดับที่ 3 และอันดับที่ 4 ตามลำดับ โดยมีจำนวนการจัดประชุม รวม 2,217 ครั้ง คิดเป็นจำนวน 20.9% ของการประชุมทั้งหมดที่จำแนกอยู่ในสารบบของ UIA (ตารางที่ 3) ในเวลาเดียวกัน เมืองในทวีปเอเชียจำนวน 4 เมือง ติดอันดับเมืองการประชุมนานาชาติยอดนิยมประจำปี พ.ศ. 2556 คือ สิงคโปร์ (อันดับ 1) โซล (อันดับ 4) โตเกียว (อันดับ 5) และปูซาน (อันดับ 9) เมืองของทวีปเอเชียทั้ง 4 เมืองมียอดการประชุมนานาชาติรวม 1,612 ครั้ง คิดเป็นจำนวน 15.2% ของการประชุมทั้งหมดที่จำแนกอยู่ในสารบบของ UIA (ตารางที่ 4)

2) with its rapidly ageing population, more academic and medical conferences are being held to address such fields as odontology, osteology and ophthalmology. These meetings also pave for greater mobility to rotate across China's cities. Also, the associated long meeting preparation lead time provides MICE planners, PCOs and ground handlers with ample sales and marketing opportunities – a source of higher revenue.³⁴

A strategic response to these emerging opportunities has been the adoption of the convention bureau approach as a means of MICE marketing. One concrete example of such an initiative has taken place in Hangzhou this year. The Hangzhou Tourism Commission (HTC) has set up a convention bureau, which translates into a marketing drive through such developments as a website and a MICE Hangzhou E-journal in English and Chinese.³⁵ Medical and pharmaceutical MICE is clearly a target with the organizing of the National pharmaceutical cold chain logistics conference in July, 2014 with a view to establishing a secure, economical pharmaceutical cold chain logistics and service system.³⁶

With respect to the actual performance of Asia's international meetings sector, Singapore (no. 1), South Korea (no. 3) and Japan (4) ranked in the 2013 top international meeting countries. With a combined number of 2,217 international meetings, these three Asian countries accounted for 20.9% of all meetings as classified by UIA (Table 3). Meanwhile, four Asian cities figured in the 2013 top international meeting cities club: Singapore (no. 1), Seoul (no. 4), Tokyo (no. 5) and Busan (no. 9). With a combined number of 1,612 international meetings, these four Asian cities accounted for 15.2% of all meetings as classified by UIA (Table 4).

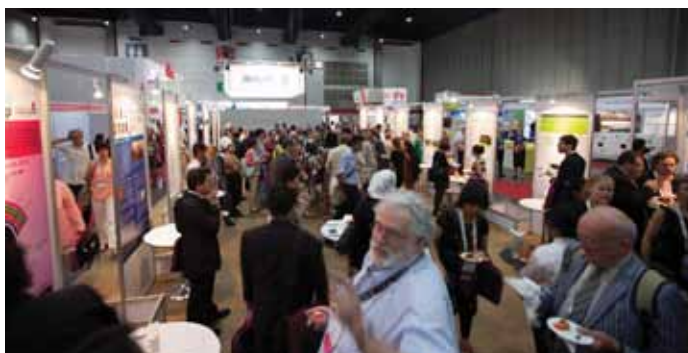
34. HQ magazine. Reported in Rob Davison, *ibid.*, p.25

35. Retrieved November 9, 2014, from <http://www.micehangzhou.com/en/> and Rob Davison, *ibid.*, p.25

36. Hangzhou Tourism Commission. MICE Hangzhou E-Journal 21. Retrieved November 9, 2014, from http://www.micehangzhou.com/En/ElectronicJournals/E21_E/

แม้ว่าข้อมูลการประชุมที่ UIA เผยแพร่ต่อสาธารณชนไม่ได้จำแนก ว่ามีการประชุมนานาชาติด้านการแพทย์ในประเทศและเมือง ต่างๆ จำนวนเท่าใด อีกทั้งโดยทั่วไปสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติของประเทศต่างๆ ก็ไม่ได้จัดเก็บข้อมูลจำนวนการ ประชุมทางการแพทย์ในประเทศของตนเพื่อเผยแพร่ แต่หาก พิจารณานักวิชาชีพในวงการประชุมนานาชาติจำนวนมาก ต่างก็ระบุว่าจำนวนการประชุมสาขาการแพทย์และการดูแลสุขภาพเป็นภาคส่วนที่สำคัญยิ่ง ผู้เกี่ยวข้องอาจใช้ข้อมูลอันดับ ประเทศและอันดับเมืองการประชุมนานาชาติของ UIA เป็นข้อมูล ประกอบเพื่อป่งชี้แนวโน้มตลาดการจัดประชุมนานาชาติเกี่ยวกับการ แพทย์ได้ในระดับหนึ่ง ตัวอย่างตัวเลขประมาณการสัดส่วน การประชุมการแพทย์และเภสัชกรรมต่อการประชุมทั้งหมด เช่น การประชุมทางการแพทย์คิดเป็นประมาณ 60% ของยอด การยื่นขอใช้สถานที่จัดประชุม ซึ่งรวบรวม ณ งานไมซ์เฉพาะด้าน ที่ Belgrade Convention Bureau เข้าร่วม³⁷ ในขณะที่ NCC Management & Development Co., Ltd. ประมาณการว่า การประชุมสาขาการแพทย์คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 50% ของ อุตสาหกรรมการประชุมสมาคมในประเทศไทย³⁸

Although these published UIA data are not broken into specific data on the number of medical conventions in each country and city. Neither have any data on the number of medical conventions been collected by convention bureaus for the publication purposes. However, a large number of convention professionals have stated that medical and healthcare conventions constitute a substantial percentage within the convention sector. Therefore, parties concerned could well use UIA data on country and city rankings to identify trends in medical conventions to a certain extent. Examples of approximate numbers of medical and pharmaceutical conventions in relation to the total number of all conventions include the following: Medical conventions constituted approximately 60% of the total number of venue requests lodged at a specialized MICE exchanges attended by the Belgrade Convention Bureau.³⁷ Meanwhile, according to the approximate figure suggested by NCC Management & Development Co., Ltd., medical conventions takes up 50% of Thailand's association conventions.³⁸



37. Dragana Babović, MICE Coordinator with Belgrade Convention Bureau. Reported in SEE Business Travel & Meetings, op.cit.

38. Based on the interview with Mr. Panithan Bumrasarinpai, Deputy Managing Director, NCC Management & Development Co., Ltd. November 25th, 2014 at the Queen Sirikit National Convention Center.

ตารางที่ 3 ประเทศยอดนิยมในการประชุมนานาชาติประจำปี 2556
Table 3 2013 Top International Meeting Countries

ประเทศ / City	จำนวนการประชุม / Number of Meetings	คิดเป็นร้อยละของการประชุมทั้งหมด / Percentage of all meetings
สิงคโปร์ / Singapore	994	9.4%
สหรัฐฯ / USA	799	7.5%
เกาหลีใต้ / Korea Rep	635	6.0%
ญี่ปุ่น / Japan	588	5.5%
เบลเยียม / Belgium	505	4.8%
สเปน / Spain	505	4.8%
เยอรมนี / Germany	428	4.0%
ฝรั่งเศส / France	408	3.8%
ออสเตรีย / Austria	398	3.7%
สหราชอาณาจักร / UK	349	3.3%

Source: UIA http://www.uia.org/sites/dev.uia.be/files/misc_pdfs/UIA_stats_PR14-rev.pdf

ตารางที่ 4 เมืองยอดนิยมในการประชุมนานาชาติประจำปี 2556
Table 4 2013 Top International Meeting Cities 2013

ประเทศ / City	จำนวนการประชุม / Number of Meetings	คิดเป็นร้อยละของการประชุมทั้งหมด / Percentage of all meetings
สิงคโปร์ / Singapore	994	9.4%
บรัสเซล / Brussels	436	4.1%
เวียนนา / Vienna	318	3.0%
โซล / Seoul	242	2.3%
โตเกียว / Tokyo	228	2.1%
บาร์เซโลนา / Barcelona	195	1.8%
ปารีส / Paris	180	1.7%
มาดริด / Madrid	165	1.6%
ปูซาน / Busan	148	1.4%
ลอนดอน / London	144	1.4%

Source: UIA http://www.uia.org/sites/dev.uia.be/files/misc_pdfs/UIA_stats_PR14-rev.pdf

กระแสการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่กำลังเติบโตส่งผลบวกด้านเศรษฐกิจต่อภาคส่วนไมซ์ และได้ส่งเสริมให้เกิดอีเวนต์มากขึ้นเนื่องจากอุตสาหกรรมศัลยกรรมเสริมความงามของเกาหลีได้ก้าวหน้าเป็นอย่างมาก กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลบางกลุ่มจึงได้รวมการตรวจรักษาในคลินิกเข้าไว้ในโครงการของตน³⁹ ซึ่งรัฐบาลเกาหลีได้ตระหนักถึงประโยชน์ด้านเศรษฐกิจที่อุตสาหกรรมไมซ์อาจนำมาสู่ประเทศ และขณะนี้รัฐบาลกำลังทุ่มเทพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งให้กำไรมหาศาลนี้ โดยมีการพิจารณาโครงการและข้อเสนอจำนวนมากเพื่อส่งเสริมภาคส่วนไมซ์ต่อไป⁴⁰

ในปี 2557 ทวีปเอเชียมีการเปิดสถานที่จัดงานแห่งใหม่หลายแห่งซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสใหม่ๆ ให้แก่ผู้วางแผนไมซ์ Advito ตั้งข้อสังเกตว่ามีการเปิดพื้นที่ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่แห่งใหม่หลายแห่งในทวีปเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีนและประเทศอินเดีย ซึ่งผู้จัดการประชุมกำลังแสวงหาจุดหมายปลายทางใหม่ๆ รวมถึงเวียดนาม อินโดนีเซีย และกัมพูชา อนึ่ง ในปีนี้อัตราค่าเช่าสถานที่จัดประชุมกำลังเพิ่มขึ้นในระดับปานกลางในกรุงปักกิ่งและเซี่ยงไฮ้ อย่างไรก็ตามการมีสถานที่จัดประชุมแห่งใหม่ในเมืองใหญ่ของจีนแห่งอื่นๆ ทำให้สถานการณ์การเจรจาของผู้ซื้อบริการในเมืองใหญ่ของจีนเหล่านั้นผ่อนคลายลงมาก ในขณะที่อัตราค่าเช่าสถานที่จัดการประชุมในประเทศสิงคโปร์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว⁴¹

สำหรับประเทศเกาหลีได้มีการเพิ่มสถานที่จัดงานแห่งใหม่ๆ เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการสร้างศูนย์อุตสาหกรรมไมซ์ในเขตกังนัมของกรุงโซลแล้วเสร็จในช่วงปลายปี พ.ศ. 2557 ซึ่งโครงการนี้มีพื้นที่ 200,000 ตร.ม. และเป็นจุดให้บริการครบวงจร ได้แก่ ที่พัก ห้างสรรพสินค้า และสถานพักผ่อนหย่อนใจ โดยเป็นการบูรณาการศูนย์ธุรกิจและการท่องเที่ยวจำนวน 12 แห่งในพื้นที่เดียว ซึ่งการออกแบบไว้เช่นนี้เพื่อที่จะวางสถานะกรุงโซลให้เป็นสถานที่ชั้นนำสำหรับการประชุมและการเดินทางด้านธุรกิจในระดับโลก⁴² ทั้งนี้กรุงโซลมุ่งเพิ่มสมรรถนะด้านไมซ์ขึ้นเป็น 3 เท่าภายในปี พ.ศ. 2563 และได้ประกาศแผนแม่บทไมซ์ฉบับล่าสุดซึ่งมีการวางแผนยกระดับสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการประชุมของเมือง ตลอดจนปรับปรุงบริการในด้านต่างๆ เช่น การดูแลให้บริการ ภาษา และความปลอดภัย⁴³ ทั้งนี้สำนักงานส่งเสริมการประชุมแห่งกรุงโซล (Seoul Convention Bureau) กำลังพัฒนาโครงการทูตไมซ์ (Ambassador Program) ซึ่งมีการรับสมัครผู้เชี่ยวชาญของเกาหลีเพื่อทำหน้าที่ดึงดูดให้มีการจัดการประชุมสมาคมนานาชาติที่กรุงโซลมากขึ้น⁴⁴

The budding medical tourism trend has provided a positive economic impact on the MICE sector, and has nurtured more events. As South Korea's plastic surgery industry is well-developed, certain incentive groups integrate clinic inspections into their programs.³⁹ Realizing the benefits that MICE industry may bring in, South Korean government is now pitching in a great deal to latch onto this lucrative trend, with a slew of MICE packages and propositions already on the table.⁴⁰

Across Asia, the completion of new venues in 2014 has opened up additional opportunities for MICE planners. Advito observes the opening of significant new convention space throughout the continent, particularly in China and India. Meeting organizers are also seeking new destinations, including Vietnam, Indonesia and Cambodia. Venue rates have been rising moderately in Beijing and Shanghai this year. However, new supply is easing out the negotiation scenario for buyers in other Chinese cities. Meanwhile, rates are increasing rapidly in Singapore.⁴¹

Of particular importance, new MICE supply is being added in South Korea, notably with the completion of the MICE Cluster in Seoul's Gangnam District towards the end of 2014. This mega-project features 200,000 m², and represents a one-stop shop for conventions, accommodation, shopping and leisure, bringing together 12 business and tourism facilities in an integrated complex. It is so designed in order to position Seoul as a premier venue for meetings and business travel at the global level.⁴² Aiming to triple the current MICE capacity by 2020, Seoul has announced the latest "MICE Master Plan", planning to upgrade the city's meeting facilities and improve services in such areas as hospitality, language and security.⁴³ The Seoul Convention Bureau is also working to develop an Ambassador Program through which local experts are recruited to assist in bringing international association meetings to the capital.⁴⁴

39. China Economic Review. MICE Now. Korea's MICE ambitions. Retrieved 14 November 14, 2014, from <http://www.chinamicenow.com/article/korea%E2%80%99s-mice-ambitions>

40. China Economic Review, *ibid.*

41. Rob Davison, *op. cit.*, p.25

42. Rob Davison, *ibid.*, p.25-26

43. China Economic Review, *op.cit*

44. Maureen O'Crowley, Vice President of Seoul Convention Bureau. Reported in Korea's MICE ambitions, *ibid.*

2.2

ภาคส่วนไมซ์ด้านการแพทย์และ การดูแลสุขภาพของอาเซียน

ประเทศที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์ภายในอาเซียน คือ ประเทศมาเลเซียซึ่งนำของภูมิภาค ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศไทย หน่วยงานหลักที่ส่งเสริมภาคส่วนไมซ์และการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ของประเทศไทยคือสมาคมไมซ์และการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ของประเทศไทย (MyCEB) และ Malaysian Healthcare Travel Council (MHTC) จุดหมายปลายทางด้านไมซ์หลักๆ ของประเทศไทย เช่น เมืองป็นังและเมืองมิริกำลังส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ให้เป็นกลไกที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างจริงจัง⁴⁵ ประเทศไทยเพิ่งประมูลได้เป็นเจ้าภาพจัดงาน World Federation of Hemophilia (WFH) World Congress ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งงานนี้จะดึงดูดผู้ร่วมงานจำนวน 4,300 คน และสร้างรายได้ให้ประเทศจำนวน 17 ล้านเหรียญสหรัฐ⁴⁶ โดยภาคส่วนไมซ์ด้านการแพทย์ที่กำลังเติบโตนี้ได้รับแรงสนับสนุนจากการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยมาเลเซียจัดอยู่ลำดับที่ 6 ในกลุ่มจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ระดับชั้นนำของโลก⁴⁷

ประเทศสิงคโปร์เป็นตัวอย่างของความสำเร็จในภาคอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ของอาเซียน ในแง่การท่องเที่ยวด้านการแพทย์สถานพยาบาลของประเทศสิงคโปร์ที่ได้รับการรับรองโดย Joint Commission International (JCI) มีจำนวน 22 แห่ง และต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการด้านการแพทย์จำนวน 610,000 คนในปี 2555 ทำให้สิงคโปร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านการแพทย์ยอดนิยมอันดับ 4 ของโลก⁴⁸ ในแง่อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์ภาครัฐกิจของสิงคโปร์ได้ปฏิบัติงานอย่างจริงจังและประสบความสำเร็จอย่างดียิ่ง ยกตัวอย่างเช่น ศูนย์การประชุม SUNTEC Singapore Convention Exhibition Centre เป็นสถานที่จัดงานอีเวนต์สำคัญๆ จำนวนมากตลอดปี พ.ศ. 2557 โดยจัดอีเวนต์หลักจำนวน 88 งาน ซึ่งรวมถึงอีเวนต์ด้านการแพทย์หลักจำนวน 16 ครั้ง⁴⁹

ASEAN's Medical MICE Sector

Major players in ASEAN's medical MICE industry are the region's top-tier MICE countries: i.e. Malaysia, Singapore and Thailand. Key champions of Malaysia's medical MICE and tourism include the Malaysia Convention and Exhibition Bureau (MyCEB) and the Malaysian Healthcare Travel Council (MHTC). Malaysia's major MICE destinations such as Penang and Miri City are now actively promoting medical MICE and tourism as a target engine of growth.⁴⁵ Malaysia has recently won the bidding to host the World Federation of Hemophilia (WFH) World Congress in 2020, an event that will draw 4,300 delegates and generate an estimated USD 17 million in economic impact for the country.⁴⁶ The country's growing medical MICE sector is given a boost by its thriving medical tourism which is among the club of top global medical tourism destinations (no. 6).⁴⁷

Singapore represents a great success story in ASEAN's medical MICE sector and tourism. In terms of medical tourism, Singapore is home to 22 JCI accredited facilities, and hosted 610,000 medical tourists in 2012, landing the country as the world's no. 4 popular medical tourism spot.⁴⁸ With respect to medical MICE, Singaporean entrepreneurs have been working hard which pays off remarkably. For example, SUNTEC Singapore Convention Exhibition Centre has been playing host to a sterling lineup of key events for the whole of 2014 – 88 key events, including 16 major medical events.⁴⁹

45. See Travel Mole. Malaysia drives MICE, medical tourism in Penang. Retrieved December 20, 2014, from http://www.travelmole.com/news_feature.php?news_id=1121160&c=setreg®ion=3 and Borneo Post On Line. Pushing Miri City as hub for MICE, medical tourism. Retrieved December 20, 2014, from <http://www.theborneopost.com/2014/06/19/pushing-miri-city-as-hubs-for-mice-medical-tourism/>

46. TTG India. Hemophilia congress picks Kuala Lumpur for 2020. Retrieved December 20, 2014, from http://ttgindia.travel/article.php?article_id=23841

47. The Richest. Top Medical Tourism Spots in the World. 6. Malaysia (No. of medical tourists per year: Over 250,000). Retrieved December 20, 2014, from <http://www.therichest.com/expensive-lifestyle/location/top-medical-tourism-spots-in-the-world/5/>

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวด้านการแพทย์อันดับ 1 ของโลกในปี พ.ศ. 2555 ตามตัวเลขประมาณการของ Patients Beyond Borders (PBB) ทั้งนี้มีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จำนวน 1,200,000 คน เดินทางมาเยือนประเทศไทยในปี พ.ศ. 2555 เพื่อรับบริการดูแลสุขภาพต่างๆ จำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งศัลยกรรมเสริมความงามและบริการบำบัดเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ⁵⁰ ในด้านไม่เชิงการแพทย์นั้น สสพ. ได้กำหนดให้การดูแลสุขภาพเป็นอุตสาหกรรมหลักประการหนึ่งที่จะส่งเสริมขยายตลาดไม่เชิงของประเทศไทยขณะนี้ประเทศไทยกำลังดำเนินการหลายประการเพื่อพัฒนาเป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติและการแสดงสินค้าด้านการแพทย์ โดยอาศัยจุดแข็งที่ประเทศไทยเป็นศูนย์บริการด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพมาตรฐานโลก จังหวัดที่กำหนดให้เป็นสถานที่จัดงานกิจกรรมไม่ชันนานาชาตินั้นมีหลายจังหวัด ซึ่งรวมถึงกรุงเทพมหานครภูเก็ต เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา⁵¹

Thailand was the world's no. 1 medical tourism destination in 2012 according to PBB's estimates. 1,200,000 medical tourists visited Thailand in 2012 for a wide range of health care services, especially cosmetic surgery and rehabilitation treatment services.⁵⁰ With regard to medical MICE, healthcare is one of the key industries that TCEB has identified in order to expand Thailand's MICE market. The country is taking a major step to develop itself as an international medical convention and exhibition center capitalizing on its potential for providing world-standard medical and healthcare services. Provinces identified to serve as venues for international MICE activities include Bangkok, Phuket, Chiang Mai, Khon Kaen, and Songkhla.⁵¹



48. The Richest. Top Medical Tourism Spots in the World. 4. Singapore (No. of medical tourists per year: 610,000). Retrieved December 20, 2014, from <http://www.therichest.com/expensive-lifestyle/location/top-medical-tourism-spots-in-the-world/7/>

49. TTG-MICE. Suntec Singapore boasts tight 2014 event lineup. Retrieved December 4, 2014, from <http://www.ttg-mice.com/article/suntec-singapore-boasts-tight-2014-event-lineup/>

50. The Richest. Top Medical Tourism Spots in the World. 1. Thailand (No. of medical tourists per year: 1,200,000). Retrieved December 20, 2014, from <http://www.therichest.com/expensive-lifestyle/location/top-medical-tourism-spots-in-the-world/10/>

51. Government Public Relations Department. Developing Thailand as a World-Class Medical Convention Center. Retrieved December 5, 2014, from http://thailand.prd.go.th/view_news.php?id=6836&a=2

3

สถานการณ์ไมซ์
โดยภาพรวมของ
ประเทศไทย
ในปี พ.ศ. 2557

Thailand's Aggregate
MICE Situation in 2014

	จำนวนนักเดินทางไมซ์ / Number of MICE Travelers					รายได้ (ล้านบาท) / Revenue (Million Baht)				
	ไตรมาสที่ 1 / Q1 ต.ค. – ธ.ค. 2556 Oct – Dec 2013	ไตรมาสที่ 2 / Q2 ม.ค. – มี.ค. 2557 Jan – Mar 14	ไตรมาสที่ 3 / Q3 พ.ย. – มี.ธ. 2557 Apr – June 14	ไตรมาสที่ 4 / Q4 ก.ค. – ก.ย. 2557 July – Sep 14	รวม 12 เดือน 12 Months	ไตรมาสที่ 1 / Q1 ต.ค. – ธ.ค. 2556 Oct – Dec 2013	ไตรมาสที่ 2 / Q2 ม.ค. – มี.ค. 2557 Jan – Mar 14	ไตรมาสที่ 3 / Q3 พ.ย. – มี.ธ. 2557 Apr – June 14	ไตรมาสที่ 4 / Q4 ก.ค. – ก.ย. 2557 July – Sep 14	รวม 12 เดือน 12 Months
การประชุม Meetings	38,315	90,125	36,557	67,739	232,736	4,144	9,748	3,954	7,327	25,173
การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล Incentives	58,564	80,580	48,691	52,711	240,546	3,719	5,116	3,092	3,347	15,274
การประชุมนานาชาติ Conventions	58,682	77,115	55,205	96,884	287,886	5,450	7,162	5,127	8,998	26,737
การแสดงสินค้า นานาชาติ Exhibitions	31,303	23,592	74,721	28,380	157,996	2,765	1,967	6,377	2,507	13,616
รวม Total	186,864	271,412	215,174	245,714	919,164	16,078	23,993	18,550	22,179	80,800

ตารางที่ 5 ผลการดำเนินการด้านไมซ์ของประเทศไทยในปีงบประมาณ 2557
Table 5 Thailand's MICE Performance in the Fiscal Year 2014

Source: Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB)

ตัวเลขผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยจำแนกเป็นรายภาคส่วนและรายได้ไตรมาสของปีงบประมาณ 2557 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ไตรมาสที่ 1 จำนวนรวมของนักเดินทางไมซ์ เท่ากับ 186,864 คน และสร้างรายได้จำนวน 16,078 ล้านบาท ภาคส่วนการประชุม ต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 38,315 คน และสร้างรายได้จำนวน 4,144 ล้านบาท ภาคส่วนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 58,564 คน และสร้างรายได้จำนวน 3,719 ล้านบาท ภาคส่วนการประชุมนานาชาติเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในแง่ของปริมาณผู้เข้าร่วมงานและรายได้ในไตรมาสที่ 1 ภาคส่วนนี้ดึงดูดผู้เข้าร่วมงานจำนวน 58,682 คน และสร้างรายได้จำนวน 5,450 ล้านบาท และภาคส่วนการแสดงสินค้านานาชาติต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 31,303 คน และสร้างรายได้จำนวน 2,765 ล้านบาท

ไตรมาสที่ 2 จำนวนรวมของนักเดินทางไมซ์ เท่ากับ 271,412 คน ในขณะที่มีการสร้างรายได้จำนวน 23,993 ล้านบาท แบ่งเป็นรายสาขาได้ดังนี้ ภาคส่วนการประชุมเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดใ้แง่ของปริมาณผู้เข้าร่วมงานและรายได้ในไตรมาสที่ 2 ภาคส่วนนี้มีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 90,125 คน และสร้างรายได้ 9,748 ล้านบาท ภาคส่วนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 80,580 คน และสร้างรายได้ 5,166 ล้านบาท ภาคส่วนการประชุมนานาชาติต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 77,155 คน และสร้างรายได้ 7,162 ล้านบาท และภาคส่วนการแสดงสินค้านานาชาติมีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 23,592 คน และสร้างรายได้ 1,967 ล้านบาท⁵²

ไตรมาสที่ 3 จำนวนรวมของนักเดินทางไมซ์ในไตรมาสที่ 3 เท่ากับ 215,174 คน ในขณะที่รายได้รวมจากอุตสาหกรรมไมซ์มีค่าเท่ากับ 18,550 ล้านบาท แบ่งเป็นรายสาขาได้ดังนี้ ภาคส่วนการประชุมต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 36,557 คน และสร้างรายได้ 3,954 ล้านบาท ภาคส่วนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 48,691 คน และสร้างรายได้ 3,092 ล้านบาท ภาคส่วนการประชุมนานาชาติต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 55,205 คน และสร้างรายได้ 5,127 ล้านบาท และภาคส่วนการแสดงสินค้านานาชาติซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในแง่ของจำนวนนักเดินทางและรายได้ โดยต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 74,721 คน และสร้างรายได้ 6,377 ล้านบาท⁵³

Figures on Thailand's MICE performance by sector for all the four quarters of the fiscal year 2014 are as follows: In the first quarter, the total number of MICE travelers to Thailand was 186,864 delegates, while the total revenue generated was TBT 16,078 million. The meetings sector welcome 38,315 delegates and generated TBT 4,144 million in revenue. The incentives sector involved 58,564 delegates and generated TBT 3,719 million in revenue. The Conventions sector constituted the largest market in terms of visitor volume and revenue in the first quarter. This sector attracted 58,682 delegates and generated TBT 5,450 million in revenue. The exhibitions attracted 31,303 delegates and generated TBT 2,765 million in revenue.

In the second quarter, the total number of MICE travelers was 271,412 delegates, while the total revenue generated was TBT 23,993 million. The meetings sector constituted the largest market in terms of visitor volume and revenue. This sector involved 90,125 delegates, and generated TBT 9,748 million in revenue. The incentives sector welcome 80,580 delegates and generated TBT 5,116 million in revenue. The conventions sector attracted 77,115 delegates and generated TBT 7,162 million in revenue. The exhibitions sector involved 23,592 delegates and generated TBT 1,967 million in revenue.⁵²

In the third quarter the total number of MICE travelers was 215,174 delegates, while the total revenue generated was TBT 18,550 million. The meetings sector attracted 36,557 delegates, and generated TBT 3,954 million in revenue. The incentives sector welcome 48,691 delegates and generated TBT 3,092 million in revenue. The conventions sector involved 55,205 delegates and generated TBT 5,127 million in revenue. The exhibitions constituted the largest market in terms of visitor volume and revenue, welcoming 74,721 delegates and generating TBT 6,377 million in revenue.⁵³

52. TCEB. TCEB Statistics. Tables 1, and 2 (Number of MICE Travelers and Revenue, Q2, FY 2014: Categorized by Industry). Data Portfolio.

53. TCEB. TCEB Statistics. Table 3 (Number of MICE Travelers and Revenue, Q3, FY 2014: Categorized by Industry). Data Portfolio.

ไตรมาสที่ 4 จำนวนรวมของนักเดินทางไมซ์เท่ากับ 245,714 คน ในขณะที่รายได้รวมจากอุตสาหกรรมไมซ์มีค่าเท่ากับ 22,179 ล้านบาท แบ่งเป็นรายสาขาได้ดังนี้ ภาคส่วนการประชุมมีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 67,739 คน และสร้างรายได้ 7,327 ล้านบาท ภาคส่วนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต้อนรับผู้เข้าร่วมงานจำนวน 52,711 คน และสร้างรายได้ 3,347 ล้านบาท ภาคส่วนการประชุมนานาชาติเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในแง่ของจำนวนนักเดินทางและรายได้ ภาคส่วนนี้ดึงดูดผู้เข้าร่วมงานจำนวน 96,884 คน และสร้างรายได้ 8,998 ล้านบาท ภาคส่วนการแสดงผลสินค้านานาชาติมีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 28,380 คน และสร้างรายได้ 2,507 ล้านบาท⁵⁴ ทั้งนี้ตัวเลขนักเดินทางไมซ์จริงสำหรับปี พ.ศ. 2557 เท่ากับ 919,164 คน ในขณะที่ตัวเลขรายได้จริงเท่ากับ 80,800 ล้านบาท

In the fourth quarter, the total number of MICE travelers was 245,714 delegates, while the total revenue generated was TBT 22,179 million. The meetings sector involved 67,739 delegates, and generated TBT 7,327 million in revenue. The incentives sector welcome 52,711 delegates and generated TBT 3,347 million in revenue. The conventions constituted the largest market in terms of visitor volume and revenue. This sector attracted 96,884 delegates and generated TBT 8,998 million in revenue. The exhibitions sector involved 28,380 delegates and generated TBT 2,507 million in revenue.⁵⁴ It is to be noted that the actual traveler figure for 2014 was 919,164, while the actual revenue figure was 80,800.



54. TCEB. TCEB Statistics. Tables 1, and 2 (Number of MICE Travelers and Revenue, Q2, FY 2014: Categorized by Industry). Data Portfolio.

4

กรณีศึกษา อุตสาหกรรมไมซ์:

*ประเทศเกาหลีใต้
ประเทศสิงคโปร์
และประเทศไทย*

MICE Case Studies:

*South Korea,
Singapore,
and Thailand*

เกาหลีใต้: มหาอำนาจด้านไมซ์รายใหม่ในภูมิภาค

ในปี พ.ศ. 2552 รัฐบาลเกาหลีใต้ได้คัดเลือกให้ไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเติบโตอุตสาหกรรมหนึ่ง โดยมุ่งที่จะแข่งขันกับสิงคโปร์ ประเทศเกาหลีใต้ยังพิจารณาว่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เป็นภาคบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงภาคหนึ่ง ศัลยกรรมเสริมความงาม การตรวจสุขภาพ ทันตกรรม การบำบัดรักษาอาการผิวหนังและการดูแลผิวพรรณ (Dermatology) ตลอดจนการบำบัดด้วยยาสมุนไพรล้วนแต่เป็นกลุ่มสาขาเป้าหมายทั้งสิ้น⁵⁵

ในปี พ.ศ. 2556 เกาหลีใต้ถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 3 ในการจัดอันดับประเทศสถานที่ยอดนิยมในการประชุมนานาชาติของ UIA กรุงโซลมีอันดับที่ดีขึ้นในฐานะเมืองที่จัดการประชุมโดยอยู่ในอันดับ 4 ในการจัดอันดับของ UIA (อันดับ 5 ในปีพ.ศ. 2555) และอยู่ในอันดับ 9 ในการจัดอันดับของ ICCA (อันดับ 17 ในปี พ.ศ. 2555) โดยกรุงโซลช่วยให้ประเทศกระโดดขึ้นสู่อันดับที่ 12 ในฐานะประเทศสถานที่จัดงานประชุมในการจำแนกของ ICCA นอกจากนี้ในการจัดอันดับของ UIA เมืองปูซานติดอันดับในกลุ่มเมืองยอดนิยม 10 เมืองแรก ส่งผลให้เกาหลีใต้ติดอันดับ 3 ซึ่งประเทศเกาหลีใต้มีเมืองศูนย์กลางความรู้กระจายอยู่ทั่วประเทศ เช่น เมืองแทจอนเป็นส่วนหนึ่งของ Global Science Convention Alliance เมืองแทกูเป็นเมืองศูนย์กลางด้านการแพทย์ เมืองอุลซานเป็นศูนย์กลางหลักของการผลิตรถยนต์ ส่วนเมืองปูซานและเมืองของโดเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ และการกระจายสินค้าในเขตเอเชียเหนือ⁵⁶

เหตุผลที่ทำให้ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จด้านไมซ์และการท่องเที่ยว

1) ความร่วมมือกับสมาคมวิชาการระดับโลกของเกาหลีในสาขาวิทยาศาสตร์และวิทยาการเป็นการส่งเสริมโอกาสด้านการจัดอีเวนต์นานาชาติ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (Korea Tourism Organization: KTO) กำลังเน้นทำการตลาดร่วมกับองค์กรที่เป็นเจ้าภาพจัดงาน⁵⁷ การศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีคุณภาพสูงยิ่งของเกาหลีทำให้เกิดการวิจัยและพัฒนาในระดับสูงซึ่งมีบทบาทที่ชัดเจนในวงการไซเบอร์เนติกส์ (Cybernetics) ระดับโลกโดยมีศูนย์การประชุมหลักระดับภูมิภาค 9 แห่งและระบบการเดินทางระดับภูมิภาคสนับสนุนเพื่อส่งเสริมอีเวนต์ไมซ์

Korea: a New Emerging MICE Powerhouse in Region

In 2009, the Korean government selected MICE as one of the "new growth engine" sectors. South Korea is pitching in tremendously, aiming to compete with Singapore. The country also looks at medical tourism as another high-value service sector. Plastic surgery, health check-ups, dentistry, dermatology, and traditional herbal medicine treatment are major target areas.⁵⁵

South Korea is now 3rd in the UIA country rankings for top international convention destinations. Seoul has also improved its ranking as a convention city by coming in 4th in the UIA rankings (5th in 2012) and 9th in the ICCA rankings (17th in 2012). Seoul assisted the country's leap to 12th in the top country destinations according to ICCA. Additionally, In the UIA's rankings, Busan's entry into the top 10 puts South Korea in 3rd place. There are knowledge hubs all over the country: e.g. Daejeon is part of the Global Science Convention Alliance. Daegu leads as a medical hub, primary automotive manufacture in Ulsan, while Busan and Songdo are positioning themselves as logistics and distribution hubs in Northeast Asia.⁵⁶

Reasons for Korea's MICE and Tourism Success

1) Collaboration with world-class Korean academic societies in science and technology sectors boosts opportunities for the hosting of international events. Korea Tourism Organization (KTO) is focusing heavily on joint marketing with hosting organizations.⁵⁷ Korea's top quality higher education has led to exceptional R&D visible in their world leadership in cybernetics, supported by 9 core regional convention centers and regional travel to further support MICE events.

55. Rachna Singh. South Korea, a growing MICE market. Retrieved November 14, 2014, from <http://timesofindia.indiatimes.com/world/rest-of-world/South-Korea-a-growing-MICE-market/articleshow/15339680.cms>
56. Moulden Marketing. Retrieved December 10, 2014, from <http://www.moulden-marketing.co.uk/client/59/Korea%20MICE>
57. See CMW. Interview: Executive Director of the Korea Tourism Organisation's MICE Bureau. Retrieved November, 14, 2014, from <http://www.c-mw.net/featuredetails/196/interview-executive-director-of-the-korea-tourism-organisation-s-mice->

2) สถานที่ตั้งของเกาหลีได้ทำให้ประเทศเป็นศูนย์กลางที่ดียิ่งแห่งหนึ่งสำหรับภูมิภาคตะวันออก ซึ่งมีประชากรถึง 1 ใน 3 ของประชากรโลก ภายในระยะบิน 3 ชั่วโมงครึ่ง และสามารถเข้าถึงตลาดภายในภูมิภาคได้แก่ จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย และเครือรัฐเอกราช (Commonwealth of Independent States: CIS) รถไฟความเร็วสูง KTX ของประเทศเกาหลีได้เชื่อมกรุงโซลเข้ากับภูมิภาคทางตอนเหนือและชายฝั่งทะเลทางทิศใต้ในช่วงเวลาไม่ถึง 3 ชั่วโมง

3) ในด้านการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลระดับบริษัทนั้น ประเทศเกาหลีได้กำลังได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เพราะมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น ภูมิทัศน์ที่สวยงามยิ่งและมีมนต์เสน่ห์แบบตะวันออก แหล่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวหลักของเกาหลีได้รวมถึงความทันสมัยล้ำยุค กระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี (Hallyu) ในกรุงโซลและเขตกังนัม การพักผ่อนหย่อนใจ ณ โรงแรมสถานตากอากาศ Shilla บนเกาะเชจู และการชมปากปล่องภูเขาไฟ อีกทั้งแหล่งมรดกโลกจำนวน 10 แห่งที่ได้รับการรับรองจาก UNESCO ก็สามารถประกอบเป็นฉากงานกิจกรรมไม่ซ้ำต่าง ๆ

4) ประเทศเกาหลีได้กำลังพัฒนาประเทศให้เป็นจุดหมายปลายทางหลักสำหรับผู้ที่เดินทางด้วยเรือสำราญในทวีปเอเชีย เกาหลีใต้ มีสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติที่เหมาะสมยิ่งในการท่องเที่ยวเรือสำราญท่าเรือทั้ง 11 แห่งนี้ ทำให้สามารถสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณนั้นทุกแห่งได้ ซึ่งท่าเรือที่สำคัญนั้นรวมถึงท่าเรือทะเลอินชอน ท่าเรือทะเลปูซาน และท่าเรือทะเลเชจู

5) เกาหลีใต้มีภาคการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่กำลังเติบโต ในปี พ.ศ. 2554 รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มียอดรวม 116 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์สามารถรับบริการทางการแพทย์แผนตะวันตกและการแพทย์แผนโบราณของเกาหลีซึ่งมีรัฐบาลให้การรับรองในระดับชาติ⁵⁸ ธนาคารกลางเกาหลีได้รายงานว่า ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ภาคการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของเกาหลีได้สร้างรายได้ 187 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 35.3%⁵⁹ KTO เผยว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์น่าจะมียอดถึง 250,000 คน ในปี พ.ศ. 2557 โดยที่นักท่องเที่ยวจีนมีจำนวน 56,000 คน KTO คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากรัสเซียจะเพิ่มขึ้นเนื่องจากสายการบินเพิ่มเส้นทางบินไปยังเมืองต่างๆ ของรัสเซียมากขึ้น⁶⁰

2) Korea's geographical location practically renders it an ideal hub for the Far East region with 1/3 of the world's population within 3.5 hours flying time and access to the regional markets of China, Japan, Russia, and CIS. KTX (Korea's high speed train) connects Seoul and the northern regions to the south coast in less than 3 hours.

3) With respect to corporate meetings and incentives, the country is rapidly gaining interest with a distinct culture, extraordinary landscape and flavors of the Orient. Korea's major tourist attractions include the high octane modernity of the Hallyu (Korean) wave in Seoul and Gangnam, attractions at the luxury Shilla hotel resort on Jeju Island and a hike to a crater. Some of Korea's 10 UNESCO world heritage sites can be used as the backdrop to MICE activities.

4) Korea is now emerging as one of the continent's major destinations for cruise travelers. The country has an ideal natural environment for cruising and its 11 ports can offer tourists the opportunity to explore 11 different attractions: e.g. Incheon Sea Port, Busan Sea, and Jeju Sea Port.

5) Korea has a thriving medical tourism sector. In 2011, the revenue from medical tourism reached USD 116 dollars. Those visiting Korea for medical tourism can experience Western medicine and nationally-certified traditional Korean medicine.⁵⁸ According to the Bank of Korea, during the period January 2013 to November 2013, the country's medical tourism sector pulled in revenues of USD 187 million, showing a 35.3% year-on-year growth.⁵⁹ KTO has revealed that the number of medical tourists will likely reach 250,000 in 2014. In 2013, the Chinese topped the lists with 56,000 going to Korea. KTO expects the number of Russian medical tourists to increase as airlines have launched new routes into more Russian cities.⁶⁰

58. Go Korea Training. MICE. Retrieved November 14, 2014, from <https://www.onlinetraveltraining.com/free-courses/providers/gokoreatraining/mice-cruise-medical-tourism>

59. China Economic Review, op.cit.

60. KTO. MICE News. Retrieved November 14, 2014, from http://www.koreaconvention.org/eng/news/mice_news.kc?func_name=list&pgbn=E3

6) เกาหลีใต้มีศูนย์จัดงานไมซ์ที่สำคัญระดับภูมิภาคหลายแห่งที่สำคัญคือ 1) COEX 2) Kintex และ 3) Songdo Convensia โดยปกติศูนย์ทั้ง 3 แห่งนี้เป็นพื้นที่หลักในการจัดงานแสดงสินค้าและการประชุม เป้าหมายคือเพื่อสร้างยอดส่งออกรายการใหม่ๆ ที่มีมูลค่า 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมงาน ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติให้ถึง 1 ล้านคน ภายในปี 2558 ตลอดจนยกระดับที่พักและทำให้พื้นที่แต่ละแห่งมีจุดเน้นหลักของตัวเอง ศูนย์ KINTEX อันล้ำสมัยเป็นศูนย์การแสดงสินค้านานาชาติที่ใหญ่อันดับ 5 ของทวีปเอเชีย มีพื้นที่แสดงสินค้าภายในรวม 108,049 ตร.ม. อาคาร 3 ชั้นคลุมพื้นที่ 224,800 ตร.ม.⁶¹

7) เกาหลีใต้มีเมืองและจังหวัดศูนย์กลางจัดกิจกรรมไมซ์จำนวน 13 เมือง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 7.1) เขตนครหลวงและปริมณฑล
- 7.2) ศูนย์กลางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
- 7.3) ศูนย์กลางวิทยาการและอุตสาหกรรม
- 7.4) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

8) การทำงานของสำนักงานด้านไมซ์ที่มีลักษณะเชิงรุกเป็นกุญแจสำคัญในการทำให้เกิดความสำเร็จในภาคส่วนไมซ์เจ้าหน้าที่ระดับวิชาชีพและมีประสบการณ์สูงของสำนักงานไมซ์ของเกาหลีทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างเจ้าภาพในประเทศ สมาคมศูนย์การประชุมและ Convention Visitors Bureau โดยให้บริการดังนี้

- 8.1) การสนับสนุนด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์
- 8.2) การสนับสนุนด้านการสื่อสาร
- 8.3) การสนับสนุนด้านการเงิน
- 8.4) การตรวจสอบสถานที่จัดงาน และการสนับสนุน ณ สถานที่จัดงาน รวมทั้งจัดบริการล่ามแปลภาษาและบริการท่องเที่ยวชมสถานที่⁶²

6) Korea boasts some of the region's major MICE facilities: COEX, Kintex and Songdo Convensia have usually been designated as the three main exhibition/conference areas. The aim is to create USD 60 billion in new exports and to double the number of convention visitors to 1 million by 2015, as well as upgrade accommodations and give each area a specialization. The ultramodern KINTEX is the 5th largest exhibition space in Asia with a total indoor exhibition area of 108,049m². The three-storey building spread on a 224,800m².⁶¹

7) Korea has as many as 13 MICE cities and provinces identified as MICE venues. These may be divided into 4 groups:

- 7.1) the capital and its vicinity
- 7.2) historical and cultural centers
- 7.3) technological and industrial centers
- 7.4) outdoor retreats.

8) The functioning of a proactive MICE bureau is a key component of recipe for success in the MICE sector. Professional and experienced staff members of the Korea's MICE Bureau act as the conduit between local host and organizations, convention centers and the Convention Visitors Bureau. The country's MICE Bureau provides

- 8.1) marketing and PR support
- 8.2) communications support
- 8.3) financial support
- 8.4) site inspection and on-site support, together with interpretation and tour services.⁶²



61. Rachna Singh, *op.cit.*

62. KTO. How We Can Support. Retrieved 14 November 14, 2014, from <http://www.koreaconvention.org/eng/help/support.kc>

9) การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในเชิงรุกมีบทบาทที่สำคัญในความสำเร็จของภาคส่วนไมซ์และการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ของเกาหลีใต้ ตัวอย่างประการหนึ่งคือการร่วมมือกันระหว่างสายการบินเอเซียનાและผู้ให้บริการสุขภาพ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่สำคัญ ทุกภาคส่วนร่วมกันพัฒนาโครงการตรวจสอบสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว และจัดงานส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ สายการบินเสนอส่วนลดให้แก่ผู้ให้บริการดูแลสุขภาพ ในขณะที่ฝ่ายผู้ให้บริการดูแลสุขภาพเสนอบริการด้านการแพทย์ในอัตราพิเศษแก่ผู้โดยสารของสายการบินเอเซียના⁶³

ประเด็นท้าทายในอนาคต

เกาหลีใต้ได้ระบุประเด็นท้าทายด้านไมซ์ในอนาคตไว้บางประการ ซึ่งรวมถึงประเด็นต่อไปนี้ คือ 1) การสร้างให้มีตลาดนักท่องเที่ยวไมซ์ที่หลากหลาย และ 2) การขาดการสร้างเสริมขีดความสามารถของบุคลากร ในอดีตกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยเคยเป็นกลุ่มที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์หลักของเกาหลีใต้ แต่ในระยะหลังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเริ่มแทนที่กลุ่มนักท่องเที่ยวไทย ทั้งนี้เป็นผลมาจากโครงการยกเลิกการขอตราประทับวีซ่า และนโยบายแรงจูงใจจำนวนมากสำหรับประเทศจีน อย่างไรก็ตามมีการยกประเด็นความกังวลว่านโยบายไมซ์ที่เน้น ประเทศจีนจะได้ผลตลอดไปหรือไม่ขึ้นมาพิจารณา ดังนั้นเกาหลีใต้จะต้องสำรวจความเป็นไปได้เพิ่มเติมในการกระตุ้นแรงจูงใจด้านไมซ์ของประเทศ เพื่อที่จะให้มีแหล่งตลาดที่มาของนักท่องเที่ยวซึ่งหลากหลายมากยิ่งขึ้น⁶⁴ เกี่ยวกับการขาดการลงทุนด้านการอบรมและการศึกษาสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์นั้น เนื่องจากผู้จัดการระดับกลางได้รับเงินเดือนต่ำ จึงเป็นไปได้ที่อาจมีผู้จัดการส่วนหนึ่งย้ายไปสู่ภาคส่วนอื่น ในแง่นี้รัฐบาลเกาหลีใต้และ KTO ร่วมกับสมาคมด้านไมซ์ และ Professional Conference Organizers (PCOs) ให้การสนับสนุนเพื่อปรับปรุงสภาพการณ์ในการทำงานโดยภาพรวมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมและเสริมสร้างโครงการอบรมด้านวิชาชีพและการศึกษา⁶⁵

9) Proactive private-sector engagements are instrumental in securing success for Korea's medical MICE and tourism. One such example is a partnership arrangement involving Asiana Airlines whereby it collaborates with hospitals and clinics to promote the country as a major medical tourism destination. Together, they develop a health check program for tourists and organize promotional events abroad. The airline offer discounts to visitors to the healthcare service providers, while the latter offer more affordable rates for their medical services to Asiana passengers.⁶³

Future Challenges

South Korea has identified certain future MICE challenges, including 1) source market diversification and 2) a lack of capacity building. Groups from Thailand used to be the major driver for the Korean MICE industry. Of late, its position has gradually been replaced by Chinese visitors as a result of a series of Chinese-targeted visa-waiver programs and incentive policies. However, concerns over whether the China-focused MICE strategy will always work have sprung up. Therefore, South Korea shall need to explore additional possibilities to revitalize its MICE appeals in order to diversify its tourist source markets.⁶⁴ In regard to the lack of investment in training and education for industry professionals, with low salary levels a number of middle managers are likely to move to other sectors. In this light, the Korean government and KTO together with MICE and PCO associations are providing support to improve the overall working environment for industry professionals and to strengthen professional training and education programs.⁶⁵

63. KTO. MICE News. Retrieved November 14, 2014 from http://www.koreaconvention.org/eng/news/mice_news.kc?func_name=list&pgbn=E3

64. Korea's MICE Ambitions, op.cit.

65. Interview: Executive Director of the Korea Tourism Organisation's MICE Bureau, op.cit.

สิงคโปร์:

ศูนย์กลางไมซ์ด้านการแพทย์ที่สำคัญ

แรงขับเคลื่อนอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวของสิงคโปร์มี 3 ประการ ได้แก่ ธุรกิจไมซ์ สถานตากอากาศที่มีบริการคาสิโนและธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่งการที่สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจและการเงิน มีข้อได้เปรียบด้านภูมิประเทศ มีสังคมที่สื่อสารภาษาอังกฤษเป็นหลัก มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยระดับสูง และมีระบบการขนส่งสาธารณะที่ดี ล้วนเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนให้ประเทศสิงคโปร์มีความแข็งแกร่งด้านอุตสาหกรรมไมซ์⁶⁶ เศรษฐกิจสิงคโปร์เติบโตอย่างมากจากรากฐานอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนกว่า 70% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)⁶⁷ นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของสิงคโปร์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศให้เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์ระดับโลกแห่งหนึ่ง Singapore Tourism Board ได้ตั้งแผนก BTMICE (Business Travel + MICE) และดำเนินนโยบายส่งเสริมไมซ์หลายประการ นอกจากนั้น Singapore Exhibition and Convention Bureau (SECB) ยังมีบทบาทสำคัญในการให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ⁶⁸

เหตุผลที่ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของสิงคโปร์ประสบความสำเร็จ

สิงคโปร์มีปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จด้านไมซ์ด้านการแพทย์จำนวนมาก คือ ประสิทธิภาพโดยรวม ระบบการขนส่งที่ยอดเยี่ยม โรงแรมและสถานที่อำนวยความสะดวกด้านไมซ์มีคุณภาพสูง วิทยาการและโครงสร้างขั้นพื้นฐานด้านการสื่อสารทันสมัย ทางเลือกในการซื้อสินค้าที่หลากหลาย ประชาชนมีความเอื้ออารีต่อผู้มาเยือน มีระบบ การศึกษาดี และพูดได้หลายภาษาทำให้ประเทศสิงคโปร์ได้รับเลือกให้เป็นสถานที่จัดงานการประชุมสมาคมจำนวนมากในช่วงสามสี่ปีที่ผ่านมา⁶⁹ ซึ่งเหตุผลเฉพาะที่ทำให้สิงคโปร์ประสบความสำเร็จมีดังนี้

Singapore:

A Major Medical MICE Center

The three key drivers of the Singapore hospitality industry are MICE business, the casino integrated resorts and the medical tourism business. Singapore's position as a business and finance hub, its location (7 hours by flight to most parts of Asia and the Oceania), its English-speaking environment, its high standards of safety and good public transportation are all contributing factors to its strength in the MICE industry.⁶⁶ Singapore has achieved high economic growth on the foundation of its service industries, which account for over 70% in GDP.⁶⁷ The Government's MICE promotion policy plays a pivotal part in developing the country as a global medical MICE leader. By establishing a BTMICE (Business Travel + MICE) department, Singapore Tourism Board has been implementing a series of MICE promotion policies. In addition, the Singapore Exhibition and Convention Bureau (SECB) has been playing an important role in providing support for the hosting of MICE activities and business tourism development.⁶⁸

Reasons for Singapore's MICE success in the Medical and Health Care Sector

Singapore has a great number of ingredients for MICE success - overall efficiency, excellent transport system, the highest quality of hotels and MICE facilities, the latest technology and communications infrastructure, great shopping and leisure options, and a welcoming, well educated and multi-lingual populace. The country has clinched a good number of association meetings over the next few years. Leveraging on its sterling track record and sound business fundamentals, the country has secured a robust pipeline of MICE events.⁶⁹ Specific reasons for Singapore's success include the following:

66. OCBC Investment Research. Reported in Singapore Business Review. Here are the 3 key drivers of Singapore's hospitality industry. Retrieved December 4, 2014, from <http://sbr.com.sg/hotels-tourism/news/here-are-3-key-drivers-singapores-hospitality-industry>

67. Jaeho Lee and Nari Park. Major Industries in Singapore: MICE, Medical Tourism Industry. Studies in Comprehensive Regional Strategies 12-18 (2012). Retrieved November 14, 2014, from http://www.kiep.go.kr/eng/publications/pub02_view.jsp?page=3&no=185749&Cate=01&SubCate=&field=&text=

68. IJaeho Lee and Nari Park, ibid.

69. Melissa Ow, Assistant Chief Executive, Business Travel and MICE Group, Singapore Tourism Board (STB), quoted in AsiaTravelTips.Com. Key Wins for Singapore's MICE Business. Retrieved December 4, 2014, from <http://www.asiatraveltips.com/news09/2711-SingaporeMICE.shtml>

1) การมีภาคส่วนเศรษฐกิจยุทธศาสตร์ (Strategic Clusters): ภาคส่วนเศรษฐกิจยุทธศาสตร์ถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายส่งเสริมภาคส่วนไมซ์ที่สำคัญประการหนึ่งด้วย โดยสิงคโปร์เพิ่มความพยายามเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ของประเทศโดยการจัดการประชุมทางด้านอุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชั้นสูง⁷⁰ ซึ่งความสำเร็จในภาคส่วนเศรษฐกิจยุทธศาสตร์อื่นๆ ส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของประเทศในแง่ความแข็งแกร่งด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับชีวการแพทย์ ประสบการณ์ด้านวิชาชีพ และภาพลักษณ์ของประเทศ

2) สิงคโปร์มีภาคส่วนการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่กำลังเติบโต โรงพยาบาลและศูนย์การแพทย์ในสิงคโปร์ ให้บริการที่หลากหลาย⁷¹ มีการพยากรณ์ว่ารายได้จากภาคส่วนนี้จะเติบโตในอัตรา 8.8% ต่อปี ในช่วงพ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2559 Frost & Sullivan พยากรณ์ว่าอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีของจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เดินทางไปยังสิงคโปร์และรายได้จากการท่องเที่ยวภาคส่วนนี้จะเติบโตในอัตราที่สูงคือ 10.4% และ 8.8% ในช่วงพ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2559⁷²

3) นโยบายรัฐบาลที่ออกแบบเป็นการเฉพาะเพื่อส่งเสริมภาคการแพทย์ในระดับนานาชาติ: เพื่อที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ สิงคโปร์ได้ดำเนินการนโยบายศูนย์กลางการแพทย์แห่งเอเชีย โดยเริ่มสร้างตราการแพทย์สิงคโปร์เป็นของตนเอง และได้จัดตั้งองค์กรบูรณาการเพื่อรับผิดชอบด้านนี้ อีกทั้งยังส่งเสริมให้มีความโปร่งใสมากขึ้นด้านการกำหนดราคาและแบบแผนการปฏิบัติด้านการรักษามากขึ้น รวมไปถึงพยายามลดปัญหาการขาดแคลนแพทย์ พยาบาลและบุคลากรสนับสนุนทางการแพทย์ ดำเนินการให้กระบวนการเข้าเมืองมีความสะดวกและง่ายตลอดจนจัดการประชุมนานาชาติตามนโยบายส่งเสริมความเป็นนานาชาติ นอกจากนี้สิงคโปร์ยังได้สนับสนุนการวิจัยด้านการรักษาในสถาบันการรักษาทางการแพทย์ต่างๆ อีกทางหนึ่ง⁷³

1) The existing of strategic clusters is also one of the major MICE promotions policies. Singapore has been stepping up efforts to improve its national image by holding conferences around its high-tech and value added industries.⁷⁰ Success in other clusters also feed directly into its medical and healthcare MICE industry with regard to its scientific research strength in bio-medical sciences, MICE organizational dimensions, professional experiences, and image.

2) Singapore has a thriving medical tourism sector. Hospitals and medical centers in Singapore offer a wide range of services.⁷¹ Revenue from this sector is forecast to grow at 8.8% per year for 2007-2016. According to Frost & Sullivan, the number of medical travelers to Singapore and their corresponding revenues should grow at healthy Compound Annual Growth Rates (CAGRs) of 10.4% and 8.8% from 2007 to 2016.⁷²

3) Government policy specifically designed to promote the medical sector at the international level: In order to promote medical tourism industry, Singapore has implemented a 'Medical Hub in Asia Policy', covering seven policy recommendations. In accordance with the 1st policy recommendation, Singapore has launched a native brand, Singapore Medicine, and founded an integrated organization. The country encourages greater transparency on pricing and clinical practice norms as the second policy recommendation, and efforts to reduce rigidities in the supply of doctors, nurses and paramedical manpower as its third policy recommendation. Singapore also simplified the immigration procedures and hosted international medical conferences in the wake of its internationalization policy. As part of the fifth policy recommendation, Singapore has supported clinical research in healthcare institutions.⁷³

70. Jaeho Lee and Nari Park, op.cit.

71. MedicalTourism.Com. Retrieved December 4, 2014 from <http://medicaltourism.com/en/destination/singapore.html>

72. Singapore Business Review, op.cit.

73. Jaeho Lee and Nari Park, op.cit.

4) บทบาทของภาคเอกชน: โรงพยาบาลหลักๆ ในประเทศสิงคโปร์ ได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์โดยดำเนินการเปิดศูนย์รักษาผู้ป่วยนานาชาติ⁷⁴ ในส่วนกิจกรรมไม่ซ์ด้านการแพทย์นั้นหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของสิงคโปร์ทำงานในเชิงกลยุทธ์และประสบความสำเร็จยิ่ง ยกตัวอย่างเช่น SUNTEC มีนโยบายดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติสำหรับสถานที่จัดงานประชุมของ PhRMA ซึ่งส่งผลตอบแทนเป็นอย่างดี โดยสามารถดึงดูดธุรกิจอีเวนต์ด้านการแพทย์รายการหลักๆ ได้จำนวนมาก⁷⁵

5) ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน: SECB ทำงานอย่างใกล้ชิดกับภาคีด้านการแพทย์เพื่อให้สามารถร่วมยื่นข้อเสนอประมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับคัดเลือกให้เป็นสถานที่จัดงานธุรกิจอีเวนต์ใหญ่ๆ ในกลุ่มวิทยาศาสตร์ชีวภาพและการแพทย์ ซึ่งรวมถึงงาน World Congress on Cardiac Pacing and Electrophysiology 2015⁷⁶

6) สิงคโปร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ซ์โดยสร้างเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านไม่ซ์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งรวมถึง Integrated Resorts ขนาดใหญ่คือ Resort World Sentosa และ Marina Bay Sands การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมไม่ซ์ในสิงคโปร์ชี้ว่าโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นเลิศ และนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ซ์ในเชิงรุกเป็นจุดแข็งของประเทศสิงคโปร์⁷⁷

4) The role of the private sector: major hospitals in Singapore attract medical tourists by operating international patient centers.⁷⁴ On the medical MICE front, Singaporean private-sector players have been working strategically with tremendous results. For example, SUNTEC's compliance with the PhRMA-code for venues are paying dividends, having successfully attracted numerous key medical trade events.⁷⁵

5) Close public-private collaboration: SECB works closely with its medical partners to put forth competitive bids and secured a number of major business events within the biomedical sciences and medical cluster, including the World Congress on Cardiac Pacing and Electrophysiology 2015⁷⁶

6) Singapore promotes its MICE industry by constantly enhancing the country's MICE facilities. This includes the gigantic integrated resorts, Resort World Sentosa and Marina Bay Sands. According to the SWOT analysis about MICE industry of Singapore, superior infrastructure and the aggressive MICE industry promotion policy constitute the country's strengths.⁷⁷



74. Jaeho Lee and Nari Park, *ibid.*

75. TTG-MICE. Suntec Singapore boasts tight 2014 event lineup, *op.cit.*

76. Laurence Verhagen, Head of Conference & Meetings of the International Union Against Cancer (UICC), which is responsible for the WCTOH bid process argued that Singapore's bid for the 2012 World Conference on Tobacco or Health (WCTOH) showed an impressive level of professionalism and dedication. See AsiaTravelTips.Com, *ibid.*

77. Jaeho Lee and Nari Park, *op.cit.*

อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของประเทศไทย

เหตุผลที่ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของประเทศไทยประสบความสำเร็จ

โดยภาพรวมเหตุผลสำหรับความสำเร็จด้านไมซ์ของประเทศไทย ดังนี้ 1) โครงสร้างขั้นพื้นฐานมาตรฐานระดับโลก 2) มาตรฐานด้านการบริการที่มีคุณภาพสูง 3) สถานที่และทรัพยากรซึ่งงดงามตามธรรมชาติ 4) โครงสร้างเศรษฐกิจที่มีฐานกว้างและบทบาทของประเทศไทยในกิจการระหว่างประเทศระดับภูมิภาค และ 5) การประสานพลังระหว่างองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในภาคส่วนไมซ์⁷⁸ ส่วนเหตุผลเฉพาะที่ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของประเทศไทยประสบความสำเร็จมีดังต่อไปนี้

1) ภาคการรักษาพยาบาลประเทศไทยเจริญเติบโตสูง: ในปี พ.ศ. 2555 จำนวนผู้ป่วยนานาชาติที่ได้รับการรักษาในประเทศไทยมีประมาณ 2.5 ล้านคน นับถึงเดือนสิงหาคม 2557 อีกทั้งโรงพยาบาลของประเทศไทยจำนวน 39 โรงได้รับการรับรองคุณภาพโดย JCI ประเทศไทยมีโรงพยาบาลที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และโรงพยาบาลของไทยเป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในทวีปเอเชียที่ได้รับการรับรองคุณภาพจาก JCI และการรับรองมาตรฐาน ISO 9001⁷⁹

การรักษาบางรายการมีค่าบริการเพียง 1 ใน 10 ของค่าใช้จ่ายสำหรับบริการลักษณะเดียวกันในประเทศตะวันตก โรงพยาบาลไทยจำนวนมากมีบริการล่ามภาษาต่างๆ และมีพื้นที่อาคารซึ่งเปิดให้บริการผู้ป่วยชาวต่างประเทศเป็นการเฉพาะ ทั้งนี้การให้บริการด้านการรักษาพยาบาลของประเทศไทยมีข้อได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียในด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ดังต่อไปนี้

Thailand's Medical and Healthcare MICE Industry

Reasons for Thailand's MICE Success in the Medical and Health Care Sector

Generally speaking, reasons for Thailand's MICE success are as follows: 1) Thailand's world-class infrastructure; 2) Thailand's high-quality service standards; 3) Thailand's natural endowments; 4) Thailand's broad-based economic structure and roles in the region's international affairs; and 5) Thailand's public-private organizational synergy in the MICE sector.⁷⁸ All these factors also play a pivotal role in securing success for the country's medical and MICE sector. Specific successes factors for the country's medical and MICE sector are as presented below.

1) Thailand's booming medical care sector: Thailand, along with its Asian neighbors Singapore and India, accounts for 90% of Asia's medical tourism market. In 2012, the number of international patients getting treated in Thailand was approximately 2.5 million people. As of August 2014, 39 Thai hospitals are accredited by Joint Commission International (JCI). Thailand has the largest private hospital in Southeast Asia and the first hospital in Asia to get a JCI accreditation and ISO 9001 certification.⁷⁹

Some treatment procedures in Thailand cost only 1/10th of the price for similar medical procedures in the West. Many Thai hospitals are equipped with interpreters and exclusive international wings to cater to foreign patients. The country's healthcare has many advantages over its Asian neighbors when it comes to medical tourism, including the following:

78. TCEB. 2014 Thailand's MICE Industry Report: Of MICE and Men Revisited. Written by Charungkiat Phutiratana. p. 20

79. See Charles Runckel. Business-In-Asia.Com. Where to go for medical tourism?. Retrieved December 5, 2014, from http://www.business-in-asia.com/asia/medical_tourism2.html

- 1) อัตราบริการที่เหมาะสม
- 2) สิ่งอำนวยความสะดวกระดับโลกและได้รับการรับรองคุณภาพระดับนานาชาติ
- 3) คณะแพทย์ พยาบาล และบุคลากรสนับสนุนทางการแพทย์ที่ได้รับการอบรมและมีประสบการณ์สูง
- 4) บริการที่ดีเยี่ยม
- 5) การรักษาพยาบาลในเชิงองค์รวมและการรักษาพยาบาลทางเลือก
- 6) การจัดกลุ่มหรือหมวดหมู่การบริการที่ดีกว่า
- 7) ขั้นตอนการเข้าประเทศสะดวก
- 8) แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งผู้ป่วยสามารถพักผ่อนและพักผ่อนได้⁸⁰

2) การอบรมและการวิจัยทางการแพทย์ระดับสูงของประเทศไทย: โรงพยาบาลและมหาวิทยาลัยของไทยมีการจัดอบรมและดำเนินการวิจัยระดับสูง ซึ่งทำให้เกิดการยอมรับในระดับโลกและระดับภูมิภาค ตัวอย่างความพยายามในลักษณะนี้คือ 1) โรงพยาบาลรามธิบดี ค้นพบยีนส์ของมนุษย์ที่มีแนวโน้มต่อต้านยา Efavirenz ซึ่งเป็นยาต้านทานเอชไอวี (Anti-HIV Drug) มีการแนะนำให้องค์การเภสัชภัณฑ์ผลิตยาที่มีปริมาณระหว่าง 100-200 มิลลิกรัม ซึ่งนำไปสู่การปรับขนาดเม็ดยา⁸¹ และ 2) โรงพยาบาลศิริราชได้ดำเนินการผ่าตัดมดลูกโดยใช้กล้องส่องช่องท้องเพื่อรักษามะเร็งปากมดลูกที่ประสบความสำเร็จครั้งแรกของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในจำนวนการผ่าตัดที่สำเร็จ 50 รายทั่วโลก⁸²

3) บทบาทของหน่วยงานรัฐบาล: กระทรวงสาธารณสุขร่วมกับสสป. ได้ทำงานเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติและการแสดงสินค้านานาชาติด้านการแพทย์ การจัดการประชุมนานาชาติและการแสดงสินค้านานาชาติด้านการแพทย์ในประเทศไทยจะช่วยส่งเสริมขีดความสามารถของทรัพยากรด้านการแพทย์ที่ประเทศไทยมีอยู่แล้วนำไปสู่การบริการ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับทุกคน⁸³

- 1) affordability
- 2) world class and International Accredited Medical facilities
- 3) highly trained and experienced doctors, nurses and paramedical staff
- 4) excellent service
- 5) holistic and alternative treatments
- 6) better bundling of services
- 7) fewer entry procedures
- 8) tourist destinations where patients can relax and recuperate.⁸⁰

2) Thailand's advanced medical training and research: major Thai hospitals and universities are engaged in advanced trainings and research which has led to global and regional recognition. Such efforts undertakings and efforts include the following: 1) Ramathibodi Hospital has made a world's first with the discovery of some human genes prone to resist the anti-HIV drug "Efavirenz." Pills containing between 100-200mg of the drug are recommended for GPO's producing the medicine, resulting in an adjustment of pill size;⁸¹ and 2) out of the 50 successful cases of laparoscopic hysterectomy for cervical cancer worldwide, Siriraj Hospital represents Southeast Asia's first such successful operation.⁸²

3) The role of government agencies: The Ministry of Public Health in conjunction with TCEB has worked to develop Thailand into a medical convention and exhibition center. The organizing of medical conventions and exhibitions in Thailand will enhance the capabilities of its existing medical resources, and lead to high-quality services and a better quality of life for everyone.⁸³

80. My Med Holiday. Why Medical Tourism in Thailand. Retrieved December 5, 2014, from www.mymedholiday.com/country/thailand/article/39/why-medical-tourism-in-thailand

81. ThailandMedTourism.com. Ramathibodi Hospital Makes World's First Discovery of Genes Resistant to Anti-HIV Drug. Retrieved December 17.03 hrs. 10, 2014, from <http://www.thailandmedtourism.com/HallOfFameDetail/86/8704/Ramathibodi-Hospital-Makes-World%E2%80%99s-First-Discovery-of-Genes-Resistant-to-Anti-HIV-Drug>

82. ThailandMedTourism.com. Thailand's Siriraj Hospital Performs 1st Laparoscopic Hysterectomy for Cervical Cancer in Southeast Asia. Retrieved December 16.59 hrs. 10, 2014, from <http://www.thailandmedtourism.com/HallOfFameDetail/86/8702/Thailand%E2%80%99s-Siriraj-Hospital-Performs-1st-Laparoscopic-Hysterectomy-for-Cervical-Cancer-in-Southeast-Asia>

83. Government Public Relations Department, op.cit.

4) บทบาทของหน่วยงานภาคเอกชน: โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อาจนับได้ว่าเป็นโรงพยาบาลที่ทำการตลาดดีที่สุดในโลก คณะผู้บริหาร และฝ่ายการตลาดทำงานประสานงานเพื่อนำเสนอ โรงพยาบาลผ่านการรายงานข่าวผ่านสถานีโทรทัศน์ CBS และ ABC ตลอดจนได้รับการรายงานเนื้อหาเกี่ยวกับโรงพยาบาลในนิตยสาร Newsweek เป็นจำนวนหลายครั้ง ทั้งนี้การตลาดระยะแรกของ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์นั้นนับรวมถึงการทำงานในเชิงรุกเพื่อ ยื่นขอรับการรับรองคุณภาพระดับนานาชาติ⁸⁴ ในขณะที่โรงพยาบาล กรุงเทพมหานคร จัดการประชุมและการสัมมนาเชิงปฏิบัติด้านการแพทย์ อย่างการสม่ำเสมอ ตัวอย่างงานที่เพิ่งจัดได้แก่ Colorectal Disease Symposium ครั้งที่ 2 โดยร่วมกับ Cleveland Clinic Florida ประเทศสหรัฐอเมริกา และ American College of Surgeons (Thailand Chapter) ในเดือนธันวาคม 2558⁸⁵

5) ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน: การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (ททท.) จัดโครงการ “Thailand Medical & Wellness Tourism & Trade Familiarization (FAM) Trip เพื่อนำเสนอประเทศไทยในฐานะที่หมายชั้นนำของโลกสำหรับการท่องเที่ยวด้านการแพทย์และสุขภาพ โดยเชิญผู้อำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทางการแพทย์นานาชาติเจ้าหน้าที่ของบริษัทประกันสุขภาพ และหุ้นส่วนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจำนวน กว่า 150 รายเข้าร่วม FAM trip เพื่อพบและร่วมสร้างเครือข่าย กับผู้ให้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย⁸⁶ และที่เกี่ยวข้องกับ กิจกรรมด้านไม่ยั่งยืน คืออีเวนท์ที่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมกันจัด เช่น การประชุม 2012 International Conference on Trends in Emergency, Trauma, and Disaster Nursing: Using Evidence to Guide Decision-Making and Improve Nursing Care ซึ่งคณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และ โรงพยาบาลกรุงเทพ ภูเก็ต ร่วมกันจัดขึ้น⁸⁷

4) The role of private-sector players: Bumrungrad is probably the best-marketed hospital globally. Its management and marketing staff have put a tremendous effort through news reports on CBS and ABC as well as multiple appearances in Newsweek. Bumrungrad's early marketing included proactive pursuit of international certification.⁸⁴ Meanwhile, Bangkok Hospital Phuket has been hosting medical symposiums and workshops regularly. Recent events include the Second Colorectal Disease Symposium in affiliation with Cleveland Clinic Florida, USA and the American College of Surgeons (Thailand Chapter) in December 2015.⁸⁵

5) Public-private cooperation: the Tourism Authority of Thailand organizes the “Thailand Medical & Wellness Tourism & Trade Familiarization (FAM) Trip in order to showcase Thailand as one of the world's leading destinations for medical & wellness tourism. Over 150 international medical tourism facilitators and staff from health insurance companies and tourism business partners join a FAM trip to meet and network with medical service providers in Thailand.⁸⁶ More related to MICE activities are events organized jointly by public-sector entities and private-sector players, which includes the 2012 International Conference on Trends in Emergency, Trauma, and Disaster Nursing: Using Evidence to Guide Decision-Making and Improve Nursing Care hosted by the Faculty of Nursing, Prince of Songkhla University and Bangkok Hospital Phuket.⁸⁷

84. Charles Runckel Which Thai Hospital is Best for M: Bumrungrad vs. Bangkok Hospital. Retrieved December 5, 2014, from http://www.business-in-asia.com/asia/thailand_medical_tour.html

85. Bangkok Hospital Phuket. Second Colorectal Disease Symposium. Retrieved December 11 2014, from <http://www.phukethospital.com/Conference-Symposium/Colorectal-Disease.php>, and Bangkok Hospital Phuket. Retrieved December 11 2014, from <http://www.phukethospital.com/Thai/Conference/Health-Disease.php#Colorectal>

86. MICE Middle East. Tourism Authority of Thailand to encourage growth of medical tourism sector with Thailand Medical & Wellness Tourism Trade Familiarization Trip. Retrieved Friday 5 December 5, 2014 from www.micemiddleeast.com/news_dtfs.php?news_id=342

87. Bangkok Hospital Phuket. 2012 International Conference on Trends in Emergency, Trauma, and Disaster Nursing: Using Evidence to Guide Decision-Making and Improve Nursing Care. Retrieved December 11 2014, from <http://www.phukethospital.com/Thai/Conference/2555-03-Emergency-Trauma-Conference.php>

ทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับระดับความสามารถ
ของอุตสาหกรรมไมซ์
ด้านการแพทย์และ
การดูแลสุขภาพ
ในประเทศไทย



Industry Expert's
Opinion towards
ASEAN's MICE
Competitiveness

PANITHAN BUMRASARINPAI

*Adviser,
NCC Management & Development Co., Ltd.*

คุณปณิธาน บำราศอรินทร์พ่าย
ที่ปรึกษา สายงานจัดการประชุม
NCC Management &
Development Co., Ltd.

งานประชุมด้านการแพทย์คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของบริษัท NCC Management & Development Co., Ltd. หากพิจารณาทั้งระบบอุตสาหกรรมการประชุมสมาคมจำนวนประมาณร้อยละ 50 เป็นการประชุมสาขาการแพทย์ เหตุผลที่จัดการประชุมกันมากเพราะ 1) ทุกๆ 5 ปี จะต้องมีการต่อใบอนุญาตประกอบโรคศิลป์เมื่อได้เข้าร่วมการประชุมสามารถนำไปใช้ประกอบการรับรองวิทยฐานะซึ่งเป็นระบบในวงการสาธารณสุข และ 2) เป็นเพราะมีความก้าวหน้าด้านวิชาการสูง

โดยรวม สสปน. มีบทบาทมาก โดยบทบาทของ สสปน. มี 2 ส่วน คือ ด้านการตลาดและการสร้างเสริมขีดความสามารถ ด้านการตลาด คือ การส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้ง 4 สาขา ซึ่งเป็นการดำเนินการขั้นพื้นฐาน ส่วนการสร้างเสริมขีดความสามารถนั้นอาจจะให้ผลช้าแต่ยั่งยืน อาทิ การจัดทำมาตรฐานสำหรับการประชุม ISO23000 (ความปลอดภัย) ดังนั้นเมื่อเริ่มเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผู้ประกอบการไทยก็จะเริ่มพร้อม ประการต่อมาคือประกาศนียบัตร IAPCO เป็นองค์สำหรับ PCOs ซึ่งสสปน. สนับสนุนด้านงบประมาณด้านการอบรม ส่วน EMD เป็นหลักสูตรระดับปริญญาของ UFI ซึ่งสสปน. ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณในการเข้าฝึกอบรมเช่นกัน นอกจากนี้ สสปน. ยังได้ตั้ง ICCA มาร่วมจัดทำการศึกษาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพจัด 3 ปีซ้อน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 –พ.ศ. 2560

Panithan Bumrasarinpai
Adviser
NCC Management &
Development Co., Ltd.

Medical conventions account for approximately 30% of the NCC's work. In aggregate, this sub-sector constitutes approximately 50% of association meetings. Reasons for the hosting of a multitude of medical meetings are twofold: 1) medical and healthcare professionals need to have their licenses renewed every 5 years. Attending acknowledged medical meetings may well be part of the entire renewal process across the public health circle; and 2) technological and academic advancements are constantly moving forward.

In aggregate, TCEB has been playing a pivotal role in this regard. Its roles are twofold: marketing and capacity building. TCEB's marketing campaigns involve its fundamental promotional efforts across all the 4 components. Meanwhile, capacity building offer yields gradually yet in a sustainable manner. These include the development of convention standards – ISO23000 (for safety matters). Therefore, Thai entrepreneurs are relatively prepared for the advent of AEC. TCEB also financially sponsored the offering of diploma courses accredited by IAPCO, an international agency for PCOs, as well as a UFI's degree-level EMD course. In addition,

สำหรับด้านบทบาทของแพทย์ในสมาคมนานาชาตินั้น แพทย์ไทยมีภารกิจด้านการสอนและรักษา บทบาทในสมาคมนานาชาติจึงอาจมีน้อยตามภาระงานนั้น ในขณะที่วงการแพทย์ของประเทศเพื่อนบ้านบางประเทศใช้ระบบตะวันตก แพทย์จึงมีเวลามากขึ้นและสามารถรับตำแหน่งกรรมการได้มากขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยในการประมูล ทำให้ข้อมูลแบบไม่เป็นทางการ และมีสิทธิ์ในการออกเสียงการร่วมงานบ่อยครั้งเป็นการสร้างเครือข่ายหลายๆ กรณีมีการหารือกันนอกรอบ ทั้งนี้ สสปน. กำลังพัฒนาทูตและส่งเสริมตัวแทนของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Brand Ambassadors) ในสิงคโปร์มี PCO ที่เป็นบริษัทนานาชาติมาก จึงมีเครือข่ายและเชิญแพทย์ที่มีชื่อเสียงมาเป็นวิทยากรได้สะดวก

รูปแบบและแนวโน้มของการประชุมทางการแพทย์ ถึงปี 2563 มีดังนี้ 1) งานการประชุมจะมีขนาดเล็กลง 2) เน้นการจัดทำหัวข้อที่เจาะจงระดับภูมิภาคมากขึ้น 3) งานประชุมจะมีลักษณะเป็นแบบผสมมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ มีผู้เข้าร่วมประชุมในงานบางส่วน ในขณะที่บางส่วนร่วมงานที่บ้านและใช้วิทยากรเสมือนจริง ทั้งนี้งานประชุมทางการแพทย์มีระบบที่ก้าวหน้า อาทิ การถ่ายทอดจากห้องผ่าตัด เป็นต้น 4) การให้บริการ Wi-Fi โดยไม่คิดมูลค่าเป็นเรื่องปกติ สถานที่ประชุมต้องจัดเตรียมให้โดยไม่คิดค่าบริการ 5) ปัจจุบันมีองค์กรที่ออกกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการประชุม ได้แก่ องค์กร EFPIA ในทวีปยุโรป (European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations) และ IPCAA (International Pharmaceutical Company Advisories and Associations) ในประเทศสหรัฐฯ การจัดงานประชุมในยุโรปและสหรัฐฯ จึงต้องดำเนินการตามกฎหมายมากขึ้น อาทิ มีการกำหนดเพดานอัตรางบประมาณการจัดประชุมต่อคน การที่กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดประชุมทวีความเข้มงวดขึ้นนี้ทำให้จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมมีแนวโน้มลดลง ปัจจุบันในประเทศสหรัฐฯ และทวีปยุโรปนั้น ไม่สามารถจัดรายการสำหรับคู่สมรสและไม่สามารถลงทะเบียนกลุ่มได้แล้ว โดยรวมกฎเกณฑ์ลักษณะนี้ยังไม่มีในทวีปเอเชีย ยกเว้นในประเทศญี่ปุ่นที่มีกฎเกณฑ์เช่นนี้ในระดับหนึ่ง ออสเตรเลียจะเริ่มมีในปี 2015 โดยภาพรวมจะมีการจัดประชุมในเอเชียและแอฟริกามากขึ้น โดยจะต้องเน้นประโยชน์ในการรับรองวิทยฐานะมากกว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล งานลักษณะ World Congress จะมีการจัดงานในประเทศในภูมิภาคนี้น้อยลง แต่การประชุมระดับเอเชีย-แปซิฟิกยังมีขนาดที่ดี

TCEB has worked in conjunction with ICCA in the organizing of workshops to be conducted in Thailand over 3 consecutive years (2015-2017).

With respect to the roles of Thai physicians in international medical associations, they are relatively engaged in medical instruction and treatment. Accordingly, their roles in international associations are restricted as a result. Meanwhile, western-styled medical systems are applied in a certain number of Thailand's neighboring countries, thus allowing their doctors to have access to more free time to take on board executive roles at international associations. This fact contributes positively to the bidding process. This represents an informal source of information. In addition, their associated voting rights and frequent participation at such entities contributes to their networking opportunities. This is particularly important as there might be informal discussions on event venue selection. In this light, TCEB is in the process of developing the Thailand's MICE Brand Ambassadors Program. Meanwhile, Singapore enjoys the luxury of having major international PCOs' presence. Therefore, the country has developed a tremendous network and is in position to readily invite world-renowned speakers.

Future patterns and trends in medical conventions up to 2020 are as follows: 1) convention sizes exhibit a downward trend; 2) a greater focus on specialized fields with special reference to regional repercussions 3) meetings will increasingly take on more hybrid elements: i.e. certain participants directly join the event while the remaining participants join through their home virtual facilities. Normally, medical conferences apply advanced technologies, including live operation broadcasting equipment from operation theaters; 4) free Wi-Fi service provided by the venue is becoming a commonplace practice; 5) there are currently various organizations that impose criteria related to international conventions, including Europe's EFPIA (European Federation of Pharmaceutical Industries and

ประเทศเกาหลีได้จัดงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่และงานการประชุมได้ดีเพราะเป็นประเทศผลิต นอกจากนี้ประเทศเกาหลียังสามารถจัดงานไม่ซ้ำด้านคล้ายกรรมเสริมความงามได้ยิ่งใหญ่ ในขณะที่ประเทศไทยควรเน้นด้านเกษตร อนึ่ง การแพทย์ของประเทศไทยก็นับว่าอยู่ในระดับเจริญของประชาคมอาเซียนสามารถต่อยอดธุรกิจได้สำหรับบทบาทของสมาคมวิชาชีพในการจัดงานประชุมนั้นสมาคมต้องทำงานอย่างเข้มแข็งและมีอุตสาหกรรมรองรับทั้งนี้ต้องพิจารณาว่าจัดงานของสมาคมท้องถิ่น มีผลกระทบต่องานด้านใดบ้างหรือไม่ การจัดงานทางการแพทย์หนึ่งงานหากมีสมาชิกในวงวิชาชีพการแพทย์เข้าร่วมมากโอกาสที่จะมีบริษัทมาร่วมด้วยก็มีสูง โดยทั่วไปรายได้จะมาจากการลงทะเบียน แต่ในกรณีของ PCOs หลักนั้นรายได้หลักมาจากผู้สนับสนุนรายการ ไม่ใช่ค่าลงทะเบียน การจัดกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่องานจะทำให้มีผู้มาเข้าร่วมการประชุมมากขึ้น การจัดทำเครือข่ายมีความสำคัญ ปัจจุบันนี้ประเทศไทยนำเสนอมิติความเป็นอาเซียน นำประชากรประเทศต่างๆ มารวมในการนำเสนอ ซึ่งเป็นไปได้ในยุคที่การเดินทางสะดวก



Associations) and IPCAA (International Pharmaceutical Company Advisories and Associations) in the U.S. Therefore, conventions in both Europe and the U.S. shall have to increasingly comply with such requirements. For example, a per-capita convention cost limit has been imposed. With these more stringent requirements, the number of participants inevitably exhibits a downward trend. In the U.S. and Europe neither concurrent programs for spouses nor group registration are allowed. In the main, such requirements are not as yet commonplace in Asia. Japan has only started to apply such requirements to a certain extent, while Australia will resort to these in 2015. Asia and Africa are likely to host a greater number of conferences with a more focus on professional accreditation rather than on the incentive component. Fewer world congresses are expected in the region. However, Asian countries should exhibit better prospects with regard to conferences at the Asia-Pacific level.

South Korea successfully hosts large exhibitions and conventions as it is a manufacturing nation. In addition, South Korea is also capable of organizing major plastic surgery events. Meanwhile, Thailand could comfortably concentrate on agriculture-related events. It is to be noted, however, that Thailand's medical standards count among the advanced-end countries within the ASEAN region with great business potential. Medical associations can play a pivotal role in the convention sub-sector vigorously in conjunction with industries concerned. It is also to be taken into account as to whether or not the organizing of any event by a local medical organization has any bearing on the society at large. Also, an event attracting a great number of medical profession members stands a chance of receiving pharmaceutical companies' contributions. In the main, income is drawn largely from registration fees. However, in the case of events co-organized by PCOs, the PCOs' shares are drawn from sponsorships rather than from registration fees. CSR activities can also attract larger attendance figures. Networking

สมาคมเจ้าของงานมีการกำหนดค่าตอบแทนในการให้จัดงาน ดังนั้นสมาคมจากต่างประเทศจะพิจารณาว่าผู้เข้าร่วมงานจากชาติต่างๆ เข้าร่วมจำนวนเท่าใด นอกจากนั้นจะต้องพิจารณาว่า ในหัวข้อนั้นประเทศไทยมีความแข็งแกร่งด้านวิชาการและการปฏิบัติเพียงใดในการจัดเสนอตัวเพื่อจัดงานนั้น หากจัดงานในกรุงเทพมหานครจะนำเสนอว่ากรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของอาเซียน หากจัดงานที่เชียงใหม่จะกล่าวถึง CLMV อนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงและ BRIMSTEX

ในด้านเส้นทางการบินระยะไกลนั้นงบประมาณค่าเดินทางมีอัตราสูง หากไม่มีผู้สนับสนุนจะทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมต้องพิจารณาประเด็นนี้จริงจัง ควรพิจารณาพัฒนาการบริหารเกี่ยวกับเส้นทางการบิน เช่น การเดินทางไปนครเซเปาโโล ประเทศบราซิล ผู้โดยสารไม่ได้รับความสะดวกเนื่องจากต้องต่อเครื่องบินหลายครั้ง ทั้งนี้ เพราะไม่มีเที่ยวบินจากประเทศไทยไปยังประเทศบราซิล นอกจากนี้บริษัทการบินของประเทศไทยยังไม่ได้บินตรงไปยังกรุงอิสตันบูล ในขณะที่เที่ยวบินของเตอร์กิชแอร์ไลน์ มีผู้โดยสารเต็มส่วนในอาเซียนยกตัวอย่าง เช่น เที่ยวบินจากกรุงเทพมหานครไปนครเมดาน ประเทศอินโดนีเซียได้รับความนิยมมากเช่นกัน ทว่ายังไม่มีสายการบินของประเทศไทยให้บริการโดยตรง ดังนั้นผู้ประกอบการการบินสัญชาติไทยจึงอาจพิจารณาดำเนินการเส้นทางการบินเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางไม่ช้

counts considerably. At present, Thailand highlights ASEAN dimensions in its MICE portfolio and presentations, portraying ASEAN's total population in its bidding efforts. This is a feasible practice through facilitation of modern travel technology should the country is really selected as the successful candidate.

As principal foreign-based host associations do charge fees, they normally take into account potential attendance figures featuring international audiences. Additionally, one should also take into consideration Thailand's relative academic strengths in terms of its academic standing and practice in particular fields in which it submits candidacy. If an event is to be held in Bangkok, the capital shall be presented in the bidding process as a major ASEAN hub. Meanwhile, Chiang Mai shall be presented as a major geographical node in the contexts of CLMV, BRIMSTEX and the Greater Mekhong Sub-Region in a similar process.

With respect to long-haul flight routes, high travel costs would present a challenge to certain segments of convention participants if no sponsorship schemes exist. It is perhaps advisable to further enhance aviation routes operated by Thai aviation operators. For example, a trip between Bangkok and São Paulo in Brazil requires several air connections as no flights are operated by a single air entrepreneur. In addition, no direct flights between Thailand and Istanbul are operated by Thailand-based aviation entrepreneurs despite the fact that Turkish Airlines flights serving this route are usually well patronized in aggregate. In ASEAN, flights between Bangkok and Medan, Indonesia, are particularly popular. As yet no Thai airlines offer direct flights on this route. Therefore, Thailand's airlines should deliberate on operating additional flights to further facilitate MICE travel in the region.



PAISAN RUAMVIBOONSUK

M.D., President of the Royal College of Ophthalmologists of Thailand

นพ.ไพศาล ร่วมวิบูลย์สุข
ประธานราชวิทยาลัยจักษุแพทย์แห่งประเทศไทย

ราชวิทยาลัยจักษุแพทย์ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทเวชภัณฑ์ และงบประมาณอาเซียนผ่านกรมการแพทย์ สำหรับรายได้จากการลงทะเบียนนั้น ยังมีผู้เข้าร่วมประชุมมากขึ้นเท่าใดรายได้จะมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้หากรัฐบาลให้ความสนับสนุนด้านอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะด้านวิทยากร จะมีส่วนช่วยในการจัดการประชุมได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพราะวิทยากรจะดึงดูดผู้เข้าร่วมประชุมได้มากในแง่วิชาการ ผู้เข้าร่วมประชุมจะได้รับความรู้ ส่วนด้านการท่องเที่ยว ก็มีความสำคัญ ควรจัดให้สมดุลทั้งสองด้าน

วิทยากรมีหลายระดับ วิทยากรระดับแม่เหล็กต้องใช้งบประมาณในการเชิญและจัดเตรียมบัตรโดยสารเครื่องบินชั้นธุรกิจวิทยากรระดับนี้สามารถดึงดูดคนได้ ผู้บรรยายที่มีความสามารถได้รับการยกเว้นค่าลงทะเบียน และค่าที่พัก วิทยากรจำนวนมากขึ้นขอประเทศไทย ผู้เข้าร่วมประชุมประสงค์จะได้รับความรู้ และการประชุมนานาชาติมีรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก สำหรับวิทยากรระดับภูมิภาคนั้นใช้งบประมาณในการเชิญไม่สูงเท่าวิทยากรกลุ่มแรก อนึ่ง การที่รัฐบาลท้องถิ่นสนับสนุนด้านการเปิดงานเป็นเรื่องที่ดี แต่ควรสนับสนุนเพิ่มเติมด้านอื่นด้วย สสพ. สามารถช่วยลดขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร ซึ่งสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ร่วมการประชุม หากรัฐบาลสามารถสนับสนุนด้านการเงินเพื่อเชิญผู้บรรยายจะเป็นการส่งเสริมที่ดียิ่ง

Paisan Ruamviboonsuk
M.D., President of the Royal College of Ophthalmologists of Thailand

The Royal College of Ophthalmologist of Thailand (RCOPT) receives support from pharmaceutical companies as well as an ASEAN budget allocated through the Department of Medical Services. The more participants register at conventions, the greater registration income will result. Government's support and facilitation arrangements regarding speakers will further enhance convention organizing as speakers are known to attract larger audiences. Academically speaking, Participants would normally expect to acquire new knowledge, while the tourism dimension is also important. As such, there are grounds for parties concerned to strike a balanced in both aspects.

There are speakers of different caliber levels. Inviting key global speakers necessitates substantial budget and business-class air ticket arrangements. These speakers can attract large audiences. Eminent resource persons are exempt from registration fees and accommodation charges. It is normally less costly to invite regional speakers in comparison. A great many speakers are admirers of Thailand.

อุตสาหกรรมนี้อาจพิจารณาได้ในหลายมิติ ต้องมีการแข่งขันเพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมการประชุม ปัจจุบันควรพิจารณาถึงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนขณะนี้เพื่ร่วมกันจัดตั้งสมาคมจักษุวิทยาในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยราชวิทยาลัยจักษุแพทย์แห่งประเทศไทยทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขาธิการ สมาคมเพื่จัดการประชุมวิชาการที่ประเทศไทย ในการจัดประชุมครั้งนี้ได้งบประมาณมาจากกรมการแพทย์ซึ่งใช้เชิญวิทยากรได้บางส่วนและเชิญบุคลากรที่ทำงานด้านป้องกันตาบอดของสมาคม

การส่งเสริมให้สมาคมหลายแห่งจัดประชุมแต่ละครั้งเป็นเรื่องที่ดีทั้งนี้การประชุมสาขาย่อยมีการประชุมภายในประเทศ 1 ครั้ง หรือ 2 ครั้ง ถ้าสนับสนุนให้กลายเป็นงานระดับนานาชาติได้เป็นเรื่องที่น่าว่าสมควร แต่ต้องใช้กำลังกายและกำลังใจมาก ปัจจุบันมี PCOs มีอาชีพจำนวนไม่มากนัก สมาคมผู้จัดก็ต้องทุ่มเทมาก ในบางสาขาไม่สามารถจัดได้ เพราะจำนวนแพทย์ในสาขานั้นยังมีไม่เพียงพอ ในการจัดงานควรให้ราชวิทยาลัยและสมาคมพิจารณาแนวคิดของการประชุม กำหนดกลุ่มเป้าหมาย มีหัวข้อการประชุมก็หัวข้อ จัดที่ใด ภาระงานส่วนเหลือควรเป็นหน้าที่ของ PCOs จัดการโดยมีราชวิทยาลัยและสมาคมให้คำปรึกษา

โครงการทูตการประชุม (Ambassadors) ของสิงคโปร์เป็นเรื่องที่ดีในทางปฏิบัติจริงในประเทศไทยมีบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่นี้มาแล้ว เพียงแต่ยังไม่ได้ทำเป็นระบบทางการ บุคลากรของไทยที่ปฏิบัติหน้าที่นี้มักได้รับการอบรมจากต่างประเทศและมีสายสัมพันธ์ในการประชุมทางการแพทย์นั้นชื่อเสียงและสถานะของการแพทย์ของประเทศมีผลในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามด้านการแพทย์เป็นงานรายบุคคลหากสามารถเชิญวิทยากรที่มีชื่อเสียงมาร่วมงานได้จะถือเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่ง ชื่อเสียงของประเทศมีผลในระดับที่สำคัญ แต่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานจะมีผลมากเป็นพิเศษ ดังนั้นประเทศกำลังพัฒนาในกลุ่มที่รายได้ไม่สูงมากนักและไม่ได้มีแพทย์ที่มีชื่อเสียงเป็นพิเศษก็ยังสามารถจัดการประชุมได้

ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ การที่สามารถจัดการประชุมโดยมีวิทยากรที่ดีและสถานที่ดีจะถือว่าเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่สำคัญยิ่ง แต่หากประเทศใดมีแพทย์ของตนเองที่มีความสามารถสูงด้วยก็จะเป็นเรื่องที่ดียิ่งขึ้น รายการวิชาการ (Program) ที่ดีทำให้สามารถขอรับการสนับสนุนได้สะดวกยิ่งขึ้น รายการที่ดีคือมีลักษณะหลากหลายหัวข้อน่าสนใจ ตลอดจนมีวิทยากรที่มีชื่อเสียงและความรู้ความสามารถ

In the main, convention participants aim to acquire knowledge. International conventions bring in a great deal of revenue to the country. Local governments could readily provide support of different forms with respect to the opening ceremony. However, support in other respects will be much appreciated. TCEB could well simplify immigration and customs procedures, which never fails to impress participants. It is always a welcome move if the government can provide financial support for organizing agencies to invite speakers.

The convention industry may be approached from different dimensions. Hosting conventions involves competition in order to attract target audiences. Currently, the ASEAN Economic Community (AEC) is a major factor in the convention industry. Of late, the ASEAN Ophthalmology Society (AOS) has been founded with RCOPT functioning as the AOS secretariat. An AOS academic meeting has recently been organized in Thailand. The Department of Medical Services provided partial funding thereto, which was used to invite certain speakers and particular participants working in the field of blindness prevention.

Encouraging an association to host an academic event per year deserves attention. Normally, one or two sub-specialty conferences are organized annually in Thailand. Extending these events to international scales is a welcome move. However, this requires tremendous physical efforts and determination. At present, there are a limited number of PCOs. Organizing associations need to devote their resources significantly thereto. It is not possible to host events in certain fields as there are not adequate numbers of physicians therein. In the organizing of medical events, royal colleges and associations work on exact themes,

บุคลากรทางการแพทย์ของไทยให้บริการทางการแพทย์มาก และมีความชำนาญด้านการผ่าตัด แต่อาจไม่มีโอกาสได้เขียนงานวิจัยมากนักทั้งที่มีศักยภาพ ประเทศสิงคโปร์มีศูนย์จักษุวิทยาแห่งชาติ และมีสถาบัน Singapore Eye Research Institute (SERI) ซึ่งเป็นสถาบันการวิจัยด้านจักษุวิทยาของสิงคโปร์ ในขณะที่ราชวิทยาลัยของประเทศไทยพิจารณาหลายเรื่อง ไม่ได้เน้นที่เรื่องใดเรื่องหนึ่ง การมีแยกศูนย์เน้นวิชาการเฉพาะด้านนับว่าเป็นเรื่องที่ดี ทั้งนี้ ปัจจุบันมีการดำเนินการจัดทำเครือข่ายระหว่างภาควิชาต่างๆ และราชวิทยาลัยอยู่แล้ว แต่ยังมีโครงการหลายส่วนซึ่งยังไม่มีการทำงานแบบที่มีศูนย์ร่วมดำเนินการหลายศูนย์ (multi-center arrangements) ดังนั้นราชวิทยาลัยจึงควรร่วมดำเนินการเพื่อให้เป็นการทำงานระดับส่วนรวม

ในวงการแพทย์ไทยมีการประชุมนานาชาติ 2 รูปแบบคือ 1) การประชุมที่ต้องมีการประชุมเช่น Asia-Pacific Congress ด้านต่างๆ ซึ่งเป็นรูปแบบหลัก มีกลุ่มเป้าหมายและวิทยากรที่ชัดเจน ซึ่ง สสพ. สามารถให้การสนับสนุนในการประชุม 2) การประชุมที่ประเทศไทยริเริ่มขึ้นเอง และเชิญต่างประเทศมาร่วม ซึ่งต้องใช้ความพยายามในการพัฒนาเป็นอย่างมาก การขยายงานการประชุมที่วงการแพทย์ไทยริเริ่มก็ถือว่าเป็นนิมิตรหมายที่ดี แต่อาจต้องใช้เวลาในการสร้างตรา ตัวอย่างคืองาน ASEAN Ophthalmology Meeting ที่ประเทศไทย และที่โรงพยาบาลราชวิถีมีศูนย์เกี่ยวกับการผ่าตัดหู จัดในระดับเอเชีย และมีการดำเนินการเรื่องป้องกันโรคตาบอดในระดับอาเซียนประเทศไทยสามารถเป็นผู้นำได้ การพิจารณาสถิติ 10 โรค 20 โรคที่เป็นสาเหตุการตายที่สำคัญ เพื่อกำหนดเป็นหัวข้อในการประชุมนั้นเป็นเรื่องที่ดีเพราะมีจุดเน้น บริษัทเวชภัณฑ์นิยมจัดโดยเชิญแพทย์จำนวนหนึ่งเข้าร่วมประชุมเพื่อสอบถามความเห็น ส่วนนี้สามารถจัดเป็นหัวข้อย่อยเป็นภาคส่วนเฉพาะโดยอาจจัดเป็นการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

the number conventions themes, target groups, and possible venues. The remaining tasks should be assigned to PCOs with the royal colleges and associations playing an advisory role.

A MICE Ambassadors Program in the same vein as that operated in Singapore is surely a welcome move. Practically, in Thailand there have been personnel informally in charge of this role. In the main, Thai personnel in this capacity have usually been trained abroad and have developed personal connections. A country's reputation and medical progress count in the organizing of medical conventions to a certain extent. However, medical events are very much based on individuals' expertise and connections. Being able to invite renowned speakers is a decisively key factor. Despite the significance of a country's reputation, relevant individuals' contributions have particularly important bearing. Accordingly, developing countries in lower income groups with no highly reputed physicians internationally are still capable of hosting such conventions.

Thailand is making efforts to establish its own brand. The country is highly regarded in terms of medical services and medical tourism. The availability of eminent speakers and good venues are fundamental elements in the organizing of conventions. The existence of quality physicians domestically is a plus. Well-designed academic programs will make it more feasible to request support. Good convention programming incorporates overall diversity, interesting topics, as well as eminent and knowledgeable speakers.

Thai medical personnel are well-versed in providing medical services and implementing operations, but have relatively less access to research opportunities despite their potential. Singapore has the Singapore



National Eye Center and the Singapore Eye Research Centre (SERI). Meanwhile, Thailand's RCOPT is in charge of various matters without a particular research focus as yet. Therefore, establishing a specialized research center is a welcome move. To be sure, there have currently been networks involving Thai university departments and royal colleges. However, many projects of the existing projects are characterized by their lack of multi-center arrangements. Therefore, royal colleges should step in and play a pivotal role in order to ensure a collective working relationship.

There are two types of international meetings in Thailand's medical profession 1) conventional medical meetings such as Asia-Pacific Congresses in various fields, and 2) meetings initiated by Thai agencies. The first type of meeting requires bidding with clear target audiences and speakers. TCEB can provide support in the bidding process. Meanwhile, in the second type of meeting Thai agencies invite foreign partners to take part in their events. This necessitates utmost efforts. Extending Thailand-initiated events is a welcome move. It is to be noted that time is required for recognition therefor to be achieved. One such example is the ASEAN Ophthalmology Meeting hosted in Thailand. Also, Rajavithi Hospital hosted an Asia-level meeting (by its Ear Operation Center) and a blindness prevention meeting. Thailand could well play a leading role at the ASEAN level. Setting topics from a list of 10 or 20 major causes of death can strategically provide a focus. Pharmaceutical firms often do so, inviting a certain number of physicians to join such events in order to request their professional opinions. Contents related to these causes can be assigned as topics for specific sessions, and may well be organized comfortably as specialized workshops.

6

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์
สำหรับนโยบาย
ในการพัฒนา
อุตสาหกรรมไมซ์
ด้านการแพทย์และ
การดูแลสุขภาพ
ของประเทศไทย

Proposed Strategies
for the Development
of Thailand's Medical
and Healthcare
MICE Industry

ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย 6 มิติ ซึ่งออกแบบเพื่อให้อุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของไทยให้เกิดความยั่งยืนได้มีดังนี้

The following policy recommendations across 6 dimensions are designed to ensure that Thailand's medical and healthcare MICE sector achieves sustainability across the board.

6.1

การจัดระบบการเงินแบบสร้างสรรค์ อาทิ การบริหารงบประมาณพิเศษ:

Creative financial management:

การจัดระบบการเงินเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ประสบความสำเร็จ แนวทางที่เป็นไปได้ในการบริหารการงบประมาณคือ

6.1.1) โครงการการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง เช่น การสร้างศูนย์การประชุมและการแสดงสินค้าตลอดจนโรงแรมที่เน้นการประชุมควรได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำหรับการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เช่นศูนย์พยาบาลที่เน้นการรักษาพยาบาลชาวต่างประเทศ การส่งเสริมการลงทุนลักษณะนี้ก็เป็นเช่นเดียวกันกับการลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ นั่นเอง

Financial management is a key factor ensuring success for the MICE industry. What follows is a set of feasible approaches thereto.

6.1.1) The Board of Investment (BOI) should provide support to projects directly related to the MICE industry such as the construction of conventions centers, exhibition centers as well as convention hotels. Other projects related to medical tourism deserving promotion include medical treatment centers specialized in foreign visitors' medical treatment. This type of investment is practically the same as investment projects designated for promotion in industrial estates.

6.1.2) ควรจัดตั้งกองทุนพิเศษเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ตามระบบการจัดตั้งวงเงินงบประมาณตามระดับชั้นซึ่งจัดทำตามข้อมูลสถิติและข้อมูลจริงที่สะท้อนข้อเท็จจริงของอุตสาหกรรมและความรับผิดชอบของภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง⁸⁸ เพดานงบประมาณสำหรับกองทุนนี้ควรจะต้องอิงกับเงินจ่ายสนับสนุนจากภาคส่วนย่อยต่างๆ ที่ได้รับประโยชน์จากอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ ทั้งนี้ภาคส่วนโรงแรม อุตสาหกรรมการบิน และภาคส่วนอื่นๆ ควรจัดสรรงบประมาณสนับสนุนแก่กองทุนนี้ตามสัดส่วนประโยชน์ที่ภาคส่วนนั้นๆ ได้รับ

6.1.2 Special MICE promotional funds should be set up in accordance with the tiered financial facility system, which is based on statistical and factual data that reflect industrial realities and responsibilities of parties concerned.⁸⁸ The facility ceilings of these funds should be based on financial contributions from sub-sectors benefiting from the medical and healthcare MICE industry. In this light, the hotel sector, the aviation industry and other sectors should provide financial support to these funds commensurate to the benefits they receive therefrom as appropriate.

88. See Charungkiat Phutiratana. Thailand's Economic Development. Document Portfolio for Interpretation in Economic Affairs. 2012

6.1.3) การจัดระบบให้แรงจูงใจเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ยกตัวอย่างคือโครงการ Be in Singapore หรือ Business Events in Singapore ของ SECB โดยจัดสรรงบประมาณจากกองทุนพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development Fund) เพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจอีเวนต์นอกจากนี้ในการจัดสรรงบประมาณนั้นอาจใช้แนวคิดเชิงยุทธศาสตร์ในการจัดสรรงบประมาณให้แก่กิจกรรมที่ให้ประโยชน์ตอบแทนได้สูง อาทิ รัฐอาจพิจารณาจัดสรรงบประมาณสนับสนุนการเชิญวิทยากรระดับโลกมาบรรยายในการประชุม เพราะสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมการประชุมได้มาก หรืออาจจัดงบประมาณสนับสนุนให้เกิดอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีลักษณะแปลกใหม่ เช่น การพัฒนากิจการท่องเที่ยวบนเรือสำราญ ดังที่สิงคโปร์ ฮองกง และเกาหลีใต้ดำเนินการ ซึ่งมีประโยชน์มากต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

6.1.3) Institutionalizing incentives as part of business strategies for the MICE industry. Examples include SECB's projects such as 'Be in Singapore' or 'Business Events in Singapore' which are financed through the Tourism Development Fund for the development of business events. Additionally, budget allocation may be implemented based on strategic practices characterized by activities with high returns. For example, the government may allocate a budget for organizing agencies in order to invite world-class speakers at their conventions to attract larger audiences, or to encourage innovative MICE activities such as cruise-related tourism business development in Singapore, Hong Kong and South Korea. Cruise-type arrangements should prove particularly useful as far as incentive trips are concerned.



6.2

การวิจัยเกี่ยวกับมิชชันด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ:

การวิจัยเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งของการดำเนินการที่สำคัญๆ ระยะยาว สำหรับภาคส่วนมิชชันด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพนั้น โครงการวิจัยหลักควรรวมถึงเนื้อหาดังต่อไปนี้ด้วย 1) บทบาทเกื้อหนุนด้านเศรษฐกิจของภาคส่วนนี้ต่อเศรษฐกิจไทย และ 2) รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมิชชันและผู้จัดงานระดับวิชาชีพ ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางสำหรับผู้ปฏิบัติงานและผู้กำหนดนโยบายหรือแม้กระทั่งกระบวนการจัดสรรงบประมาณ

Research related to medical and healthcare MICE:

Research constitutes a strong foundation for long-term operations. With regard to the medical and healthcare MICE sector, research projects should incorporate the following contents 6.3.1) MICE contributions to the Thai economy and 6.3.2) behavioral patterns of MICE travelers as well as PCOs and PEOs. Research findings will serve as a guideline for practitioners and policy makers, as well as a budgetary allocation process in question.

6.3

การสร้างขีดความสามารถของบุคลากร ที่ปฏิบัติงานอุตสาหกรรมไมซ์ ในมิติที่เกี่ยวข้องกับ การแพทย์ และการดูแลสุขภาพ:

Capacity enhancement for personnel working in the MICE industry with respect to medical and healthcare knowledge:

6.3.1) การศึกษาระดับวิชาชีพด้านภาษาเฉพาะทาง: ควรมีการผลิตล่ามการประชุมที่มีมาตรฐานสูง พร้อมทั้งบุคลากรอื่นๆ ซึ่งสามารถรับมือกับลักษณะงานไมซ์ในกลุ่มภาษาระหว่างประเทศที่สำคัญ อนึ่ง การแพทย์และสาธารณสุขนั้นมีสาขาเฉพาะด้านระดับอนุสาขาเป็นจำนวนมาก จึงจะต้องผลิตล่ามการประชุมนานาชาติที่มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานการประชุมในสาขาเฉพาะเหล่านั้นด้วย โดยผลิตล่ามการประชุมด้านการแพทย์ภาษาอังกฤษและภาษาหลักอื่นๆ ให้มีคุณภาพสูง

What follows are details of relevant arrangements.

6.3.1) Specialized linguistic education: Agencies concerned should provide training for conference interpreters of great caliber as well as other types of personnel capable of coping with MICE through major international languages. As medicine and public-health subjects incorporate a great number of sub-specialty fields, it is also necessary to develop conference interpreters capable of working at conventions in those specialized fields in English and other major languages.

6.3.2) การพัฒนาความรู้และการปฏิบัติด้านสถิติ สารสนเทศ ตลอดจนข้อมูลด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ: งานด้านนี้สามารถสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพในการตลาดและอื่นๆ ดังนั้นจึงควรดำเนินการจัดเก็บสถิติและข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ ณ จุดตรวจคนเข้าเมือง และสถานที่จัดงานไมซ์เป็นภาษาต่างๆ ทั้งนี้สามารถออกแบบให้มีการจัดเก็บข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพโดยตรง

6.3.2) The development of and practices related to statistics, information, and data on medical and healthcare MICE: These types of arrangements can provide a tremendous stimulus to the medical and healthcare MICE industry in terms of marketing and other aspects. Therefore, statistics and data on MICE participants should be collected at immigration check-points and MICE venues in various languages. These arrangements may be designed so as to collect tourist and industrial data related to medical and healthcare MICE directly.

6.3.3) การอบรมวิชาชีพอุตสาหกรรมไมซ์ระดับสูง: ประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาที่มีการเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรไมซ์มากที่สุดในโลก⁸⁹ ประเทศไทยควรพัฒนาหลักสูตรการอบรมวิชาชีพและการพัฒนาผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติระดับวิชาชีพ ผู้จัดการประชุมนานาชาติระดับวิชาชีพ และบุคลากรเพื่อสร้างบริษัทการจัดการจุดหมายปลายทาง (DMCs) ระดับอาชีพขั้นสูงให้มีจำนวนมากเพียงพอ⁹⁰ ทั้งนี้ควรพัฒนาให้มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพโดยเฉพาะและควรพัฒนาให้บุคลากรในด้านเหล่านี้มีความรู้ด้านภาษานานาชาติหลากหลาย

6.3.3) Advanced professional MICE training: Thailand's educational establishments offer the most MICE courses in the world.⁸⁹ The country should develop profession training curricula and establish a sufficient pool of professional PEO, PCO, and DMC personnel.⁹⁰ Parties concerned should make efforts to develop personnel well-versed in the medical and healthcare MICE industry as well as to ensure that these professionals are equipped with literacy in various international languages.

89. TCEB, *Developing Asia's First World-Class MICE curricula at Thailand Vocational Education Institutions*, MICE Journal, Issue 4, Jul-Aug 2014, p. 6

90. TCEB, *MICE Movement in Asia*, p. 47 (Year Not Identified).

6.4

การบริหารจัดการด้านการบินและการตลาด การบินเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ:

Aviation and aviation market management for the promotion of medical and healthcare MICE:

6.4.1 การพัฒนาเส้นทางการบิน

6.4.1.1) ผู้ประกอบกิจการการบินของประเทศไทยควรขยายเครือข่ายเส้นทางการบินให้มากขึ้นภายในรัศมีการบิน 7 ชั่วโมง เพื่อจะได้ครอบคลุมตลาดเอเชีย อาเซียน และโอเชียเนียอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือควรเพิ่มเส้นทางการบินจากประเทศจีนซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญ อีกทั้งควรเพิ่มเส้นทางบินระหว่างกรุงเทพมหานครและเมืองสำคัญๆ ในทางตอนใต้ของอาเซียนอันจะทำให้ผู้ประกอบการเที่ยวบินของไทยเป็นผู้นำในอาเซียนอย่างแท้จริง

6.4.1.2 ควรเพิ่มเส้นทางบินไปยังตลาดที่ตั้งอยู่นอกเหนือรัศมีการบิน 7 ชั่วโมง ตลาดที่มีศักยภาพสูงได้แก่เส้นทางสู่อเมริกาใต้และอเมริกากลาง นอกจากนี้ยังควรพัฒนาเส้นทางการบินระหว่างประเทศไทยและทวีปอเมริกาเหนือทั้งด้านชายฝั่งทะเลตะวันตกและตะวันออก อเมริกาเหนือ ซึ่งเป็นตลาดที่มีด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลในทวีปอเมริกาเหนือสูงกว่าประเทศไทย 5 ถึง 10 เท่า

6.4.2 การดำเนินการด้านราคาค่าโดยสาร การออกบัตรโดยสาร และอัตราการรักษาพยาบาลพิเศษ:

สายการบินอาจเสนอค่าโดยสารอัตราพิเศษสำหรับผู้จัดงานและนักเดินทางไมซ์ ตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการดำเนินการในลักษณะนี้คือ การดำเนินนโยบายโดยสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิค ซึ่งมีการนำเสนอรายละเอียดเที่ยวบินและอัตราค่าสำหรับอีเวนต์สำคัญที่จัดในฮ่องกงเพื่อความสะดวกของผู้เข้าร่วมงานให้มากที่สุด⁹¹ และความร่วมมือระหว่างสายการบินเอเชียและสถานพยาบาลของเกาหลีใต้ในการนำเสนอบัตรโดยสารและบริการรักษาอัตราพิเศษ

6.4.1 Aviation route development

6.4.1.1) Thai aviation entrepreneurs should expand their aviation route networks within a 7-hour flight radius in order to cover Asia, ASEAN and Oceania more comprehensively. In particular, they should further expand into major cities in China which is Thailand's no.1 key market. Additionally, they should cover more routes between Bangkok and major cities in the southern part of ASEAN. This will turn Thailand's aviation entrepreneurs into ASEAN aviation leaders in the true sense of the word.

6.4.1.2) More flights should be added to cover markets lying beyond a 7-hour flight radius. Major markets with great potential include routes from and to South America and Central America. In addition, routes should be developed between Thailand and North America along both East and West coasts. North America features a medical tourism market with great potential as medical treatments rates there cost 5 to 10 times as much as the going rates in Thailand.

6.4.2 Special operations related to airfare pricing, ticketing and medical treatment rates:

Airlines may well offer special airfares for organizers and MICE travelers. A good example may be drawn from the policy implemented by Cathay Pacific whereby its flight details and airfare rates for major events hosted in Hong Kong are presented in detail in order to facilitate participation to the greatest extent.⁹¹ Another example is the cooperation arrangements between Asiana Airlines and South Korea's treatment centers through which special airfares and medical treatments rates are secured.

91. Cathay Pacific. About MICE Offers. Retrieved August 31st, 2014, from http://www.cathaypacific.com/cx/en_ID/latest-offers/mice-offers/about-mice-offer.html, and Cathay Pacific. Events Calendar. Retrieved August 31st, 2014, from http://www.cathaypacific.com/cx/en_ID/latest-offers/mice-offers/events-calendar.html

6.5

แนวทางการพัฒนาภาคส่วนเศรษฐกิจ ที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ ด้านการแพทย์:

ตัวอย่างได้แก่ การที่ SECB สร้างและพัฒนาขีดสมรรถนะของสิงคโปร์ในการจัดกิจกรรมไมซ์โดยอิงกับภาคส่วนเศรษฐกิจที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์มีการดึงดูดบุคลากรและบริษัทต่างประเทศ ตลอดจนสมาคมระหว่างประเทศให้จัดอีเวนต์และ/หรือตั้งฐานในประเทศสิงคโปร์เพื่อสร้างอีเวนต์ใหม่ๆ และบ่มเพาะอีเวนต์ที่มีอยู่แล้วเพื่อให้งานมีขนาดใหญ่ขึ้น ทั้งนี้ยังรวมถึงการพัฒนาขีดสมรรถนะของประชาคมผู้จัดหาสินค้าและบริการในธุรกิจที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของประเทศอาทิ ภาคการเงินการธนาคาร และชีวเวชศาสตร์⁹² ประเทศไทยควรกำหนดให้การพัฒนาด้านการแพทย์และการท่องเที่ยวทางการแพทย์เป็นภาคส่วนเศรษฐกิจที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน เพื่อจะได้มีการจัดสรรงบประมาณเป็นการเฉพาะ และจะได้เป็นวาระแห่งชาติซึ่งทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะได้ร่วมกันทำงานโดยสะดวก

ประเทศไทยเป็นประเทศศูนย์กลางด้านการรักษาพยาบาลระดับโลก จุดสำคัญที่ควรพัฒนาต่อยอดคือ 1) การวิจัยและการเผยแพร่ผลงานวิจัยเป็นภาษาต่างประเทศ 2) การจัดประกวดและร่วมการประกวดผลงานวิจัยและการพัฒนา เครื่องมือระดับนานาชาติ 3) การพัฒนาหลักสูตรด้านการแพทย์และสาธารณสุข โดยจัดเป็นหลักสูตรนานาชาติโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลาง ซึ่งการจัดการเรียนการสอนด้านการแพทย์เป็นภาษาอังกฤษที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี 4) การพัฒนานักวิชาการด้านสาธารณสุขที่มีความสามารถสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือภาษาฝรั่งเศส ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้ปฏิบัติงานคู่กับภาษาอังกฤษภายในองค์การอนามัยโลก 5) การสร้างกล่มด้านการแพทย์เป็นภาษาต่างๆ 6) การจัดประชุมนานาชาติและงานแสดงผลผลิตภัณธ์ด้านการแพทย์และสาธารณสุข 7) การพัฒนาการศึกษาด้านการแพทย์และสาธารณสุขระดับบัณฑิตศึกษาและการศึกษาเฉพาะทาง หลักสูตรนานาชาติอันจะสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นในระดับนานาชาติได้

The strategic cluster approach to the development of medicine and medical tourism:

An example of the strategic cluster approach to economic activity may be drawn from SECB's development of Singaporean MICE activities based on core economic clusters. Foreign personnel, companies as well as international associations are encouraged to organize events and/or settle in Singapore in order to create new events based on core economic clusters and grow existing events into larger events. These include capacity development for suppliers of goods and services in businesses that serve as the country's key economic drivers such as finance and banking, as well as biomedical science.⁹² Thailand should definitively identify medicine and medical tourism as a core strategic cluster as such in order to be allocated with specific budget items and be on the national agenda. This will enable all parties concerned to work collectively.

Thailand is presently a global medical service hub. Key strategic areas the country should develop further include the following: 1) the conducting of research and the dissemination of research findings in foreign languages; 2) organizing and participating in international research findings and equipment innovations competitions; 3) developing international medical and public health curricula to be offered in English. Medical degree courses already offered in English at Thammasat University and Srinakharinwirot University are a good stepping stone in this light; 4) developing public-health human resources capable of communicating in foreign languages, especially English and French which are WHO working languages; 5) creating a pool of medical interpreters working in various languages; 6) organizing medical and healthcare conventions and exhibitions; and 7) the development of international curricula in medical and public health education at the graduate studies level, as well as specialized training courses, all of which contribute greatly to the country's academic and economic credibility.

92. See World Tourism Organization. MICE Industry – An Asia-Pacific Perspective (2012), *ibid.*, p. 46

ข้อความท้าย

รายงานอุตสาหกรรมไมซ์ฉบับที่ 3 ศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ ลู่ทางอุตสาหกรรมในปี พ.ศ. 2557 มีแนวโน้มที่ดีในระดับโลก ระดับทวีป และระดับประเทศ ความแข็งแกร่งขั้นพื้นฐานของประเทศไทยโดยรวม ตลอดจนศักยภาพและสมรรถนะของอุตสาหกรรมไมซ์ทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพมีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าผลการดำเนินงานด้านไมซ์ของประเทศไทย ในขณะที่เศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัว อุตสาหกรรมไมซ์ของไทยก็ได้ส่งสัญญาณความเข้มแข็งที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึงศักยภาพของประเทศไทยในด้านต่างๆ อาทิ โครงสร้างขั้นพื้นฐานที่มีรากฐานกว้าง ทรัพยากรธรรมชาติ รากฐานอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวด้านการแพทย์ที่แข็งแกร่งยิ่ง ตลอดจนบทบาทด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยภายในภูมิภาคอาเซียน เอเชียและแปซิฟิก และที่สำคัญเช่นกันคือความมุ่งมั่นของหน่วยงานด้านไมซ์ของภาครัฐและเอกชนในการปฏิบัติหน้าที่ของตน

ในรายงานฉบับนี้เราได้พิจารณากรณีศึกษาอุตสาหกรรมไมซ์ในวงการแพทย์และการดูแลสุขภาพโดยละเอียด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อภาคส่วนย่อยของอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องอาจประยุกต์ใช้แนวทางปฏิบัติด้านไมซ์จากประสบการณ์นานาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือกรณีศึกษาของประเทศเกาหลีใต้และประเทศสิงคโปร์ บทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนข้อเสนอแนะ โดยอาจมีการปรับเนื้อหาตามสมควรเพื่อให้เหมาะกับบริบทอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพของไทย ผู้ประกอบการเฉพาะรายภาคส่วนไมซ์ของไทยในวงการแพทย์และการรักษาพยาบาล มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จสูงมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากความแข็งแกร่งขั้นพื้นฐานของประเทศไทย การท่องเที่ยว วงการแพทย์และการรักษาพยาบาล อย่างไรก็ตามการที่ประเทศไทยจะประสบความสำเร็จเพียงใดนั้นยังขึ้นอยู่กับว่าประเทศไทยสามารถพัฒนามาตรการเพื่อรับมือความเปลี่ยนแปลงโดยใช้รากฐานความแข็งแกร่งภายในเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านไมซ์อย่างไรในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะเป็นตลาดที่สำคัญยิ่งแห่งหนึ่งของประเทศไทยด้วย

Concluding Remarks

The 3rd MICE Industry Report examines the overall picture of the medical and healthcare MICE industry. MICE prospects in 2014 are practically positive globally, regionally and nationally. As the global economy picks up, Thailand's intrinsic strengths in aggregate as well as the potential and capacity of its medical and healthcare MICE industry count a great deal in determining the country's MICE performance. Thailand's MICE has exhibited strengths incorporating its great potential in such areas as its broad-based infrastructure, natural resources, a very strong foundation in medical tourism, as well as Thailand's socio-economic roles within ASEAN as well as Asia and Pacific regions. Also of importance is the decisive determination of public and private MICE agencies in the performance of their functions.

We have thoroughly examined case studies related to the medical and healthcare MICE industry, which should prove beneficial to the various components of the MICE industry. Parties concerned may well apply international MICE practices, especially those presented in the South Korea and Singapore case studies, the industry experts' opinions section, as well as the policy recommendations section. Adjustments may well be implemented as appropriate in order to be suited to Thailand's medical and healthcare context. It is to be noted that specific entrepreneurs in Thailand's medical and healthcare MICE sector comfortably stand a chance of reaping such potential success thanks to the country solid foundations in terms of its tourism, as well as medical and healthcare practices. This also depends on how Thailand develops measures in response to resulting changes based on its intrinsic strengths in a bid to achieve its MICE objects. This is particularly the case in light of the forthcoming AEC which is one of the country's key markets.

Bibliography

1. AsiaTravelTips.Com. Key Wins for Singapore's MICE Business. Retrieved December 4, 2014, from <http://www.asiatraveltips.com/news09/2711-SingaporeMICE.shtml>
 2. Bangkok Hospital Phuket. 2012 International Conference on Trends in Emergency, Trauma, and Disaster Nursing: Using Evidence to Guide Decision-Making and Improve Nursing Care. Retrieved December 11, 2014, from <http://www.phukethospital.com/Thai/Conference/2555-03-Emergency-Trauma-Conference.php>
 3. Bangkok Hospital Phuket. International Workshop on Breast Augmentation & Mastopexy using Contour Profile Gel (CPG). Retrieved December 11, 2014, from <http://www.phukethospital.com/Thai/Conference/2557-07-Breast-Augmentation-Contour-Profile-Gel.php>
 4. Bangkok Hospital Phuket. Second Colorectal Disease Symposium. Retrieved December 11 2014, from <http://www.phukethospital.com/Conference-Symposium/Colorectal-Disease.php>
 5. Bangkok Hospital Phuket. First Phuket International Symposium in Colorectal Disease Postgraduate Course of the Asia Pacific Federation Congress 2013 of the International College of Surgeons. Retrieved December 11, 2014, from <http://www.phukethospital.com/Thai/Conference/Health-Disease.php#Colorectal>
 6. Cathay Pacific. About MICE Offers. Retrieved August 31, 2014, from http://www.cathaypacific.com/cx/en_ID/latest-offers/mice-offers/about-mice-offer.html
 7. Cathay Pacific. Events Calendar. Retrieved August 31, 2014, from http://www.cathaypacific.com/cx/en_ID/latest-offers/mice-offers/events-calendar.html.
 8. Cathay Pacific. Home Page. Retrieved September 16, 2014, from http://www.cathaypacific.com/cx/en_US.html
 9. Charles Runckel. Business-In-Asia.Com. Where to go for medical tourism?. Retrieved December 5, 2014, from http://www.business-in-asia.com/asia/medical_tourism2.html
 10. Charles Runckel Which Thai Hospital is Best for M: Bumrungrad vs. Bangkok Hospital. Retrieved December 5, 2014, from http://www.business-in-asia.com/asia/thailand_medical_tour.html
 11. Charungkiat Phutiratana. Conference Logistics. Lecture Notes Series. 2013
 12. Charungkiat Phutiratana. Externalities Galore in Conferences. Conference Interpretation. Lecture Notes Series. 2011
 13. Charungkiat Phutiratana. Green Meetings and Event Greening. Conference Interpretation. Lecture Notes Series. 2011
 14. Charungkiat Phutiratana. It's MICE and Men. Lecture Notes Series. 2012
 15. Charungkiat Phutiratana. Simultaneous Conference Interpretation. Lecture Notes Series. 2010
 16. Charungkiat Phutiratana. Thailand's Economic Development. Document Portfolio for Interpretation in Economic Affairs. 2012
 17. Charungkiat Phutiratana. Translating Technical Topics. Conference Interpretation. Lecture Notes Series. 2012
 18. China Economic Review. MICE Now. Korea's MICE ambitions. Retrieved November 14, 2014, from <http://www.chinamicenow.com/article/korea%E2%80%99s-mice-ambitions>
 19. Chinamed.net. China Med 2012 Concluded in a High Note. Retrieved 21 December 21, 2014, from <http://www.chinamed.net.cn/en/newsbrwose.asp?id=1826>
 20. Chinamed.net. Welcome to Download China Med 2014 Post Show Report. Retrieved December 21, 2014, from <http://www.chinamed.net.cn/en/newsbrwose.asp?id=1918>
 21. Chinamed.net. 26th Post Show Report. International Medical Instruments and Equipment Exhibition. Retrieved December 21, 2014, from <http://www.chinamed.net.cn/download/2014/CHINAMED2014PostShowReport.pdf>
 22. CMW. Interview: Executive Director of the Korea Tourism Organisation's MICE Bureau. Retrieved November 14, 2014, from <http://www.c-mw.net/featuredetails/196/interview-executive-director-of-the-korea-tourism-organisation-s-mice->
-

23. Go Korea Training. MICE. Retrieved November 14, 2014,
from <https://www.onlinetraveltraining.com/free-courses/providers/gokoreatraining/mice-cruise-medical-tourism>
 24. Government Public Relations Department. Developing Thailand as a World-Class Medical Convention Center.
Retrieved December 5, 2014, from http://thailand.prd.go.th/view_news.php?id=6836&a=2
 25. Government Public Relations Department. Ibid.
 26. Hangzhou Tourism Commission. MICE Hangzhou E-Journal 21. Retrieved November 9, 2014,
from http://www.micehangzhou.com/En/ElectronicJournals/E21_E/
 27. HCEA. HCEA Top 50 by Total. Retrieved December 20, 2014,
from Attendancehttp://c.ymcdn.com/sites/www.hcea.org/resource/resmgr/docs/june_2014_top_50_total_atten.pdf
 28. Heritage Research Division. MICE Reference Research Series. 2011
 29. Heritage Research Division. MICE Reference Research Series. 2013
 30. ICCA. 2013 ICCA Statistics Report. Country & City Rankings. The International Association Meetings Market 2013.
Abstract for International Associations, Press, Universities, Students, and Consultants (June 2014)
 31. Jaeho Lee and Nari Park. Major Industries in Singapore: MICE, Medical Tourism Industry.
Studies in Comprehensive Regional Strategies 12-18 (2012). Retrieved November 14, 2014,
from http://www.kiep.go.kr/eng/publications/pub02_view.jsp?page=3&no=185749&sCate=01&sSubCate=&field=&text
 32. KTO. How We Can Support. Retrieved November 14, 2014, from <http://www.koreaconvention.org/eng/help/support.kc>
 33. KTO. MICE News. Retrieved November 14, 2014,
from http://www.koreaconvention.org/eng/news/mice_news.kc?func_name=list&pgbn=E3
 34. MedicalTourism.Com. Retrieved December 4, 2014, from <http://medicaltourism.com/en/destination/singapore.html>
 35. Messe Düsseldorf Group. MEDICA. Retrieved December 21, 2014,
from http://www.medica-tradefair.com/cipp/md_medica/custom/pub/content,oid,40951/lang,2/ticket,g_u_e_s_t/~/_At_a_glance.html
 36. Messe Düsseldorf Group. World of MEDICA. Retrieved December 21, 2014,
from http://www.medica.de/cipp/md_medica/custom/pub/content,oid,41175/lang,2/ticket,g_u_e_s_t/~/_Home.html
 37. MICE Middle East. Tourism Authority of Thailand to encourage growth of medical tourism sector with
Thailand Medical & Wellness Tourism Trade Familiarization Trip. Retrieved December 5, 2014,
from www.micemiddleeast.com/news_dtls.php?news_id=342
 38. Moulden Marketing. Retrieved December 10, 2014, from <http://www.moulden-marketing.co.uk/client/59/Korea%20MICE>
 39. My Med Holiday. Why Medical Tourism in Thailand. Retrieved December 5, 2014,
from www.mymedholiday.com/country/thailand/article/39/why-medical-tourism-in-thailand
 40. Patrick De Groote. The Incentive Research Foundation. The Market for Incentive Travel in Belgium and Luxembourg.
Retrieved December 24th, 2014,
from <http://theirf.org/direct/user/file/pdf/The-Market-for-Incentive-Travel-in-Belgium-and-Luxembourg.pdf>. 2003.
 41. Rachna Singh. South Korea, a growing MICE market. Retrieved November 14, 2014,
from <http://timesofindia.indiatimes.com/world/rest-of-world/South-Korea-a-growing-MICE-market/articleshow/15339680.cms>
 42. Rob Davidson. EIBTM 2012 Trends Watch An Evaluation. Retrieved December 24th, 2014,
from http://www.clcvecta.nl/content/user/files/public_documents/EIBTM-2012-Trend-Watch-Report.pdf. 2012.
 43. Rob Davison. EIBTM 2014 Trends Watch Report. Corporate Meetings – Performance of Key Sectors.
 44. SECB. The Cruise Development Fund (CDF). Retrieved October 2, 2014,
from [https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/grants/Pages/Cruise-Development-Fund-\(CDF\).aspx](https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/grants/Pages/Cruise-Development-Fund-(CDF).aspx).
-

-
45. SECB. The Tourism Product Development Fund (TPDF). Retrieved October 2, 2014, from <https://www.stb.gov.sg/assistance-and->
 46. SEE Business Travel & Meetings. Medical and Pharmaceutical Sector as Buyers in MICE. Retrieved December 4, 2014, from <http://www.seebtm.com/medical-and-pharmaceutical-sector-as-buyers-in-mice/?lang=en>
 47. Singapore Business Review. Here are the 3 key drivers of Singapore's hospitality industry. Retrieved December 4, 2014, from <http://sbr.com.sg/hotels-tourism/news/here-are-3-key-drivers-singapores-hospitality-industry>
 48. STB. Approved International Fair. Retrieved August 30, 2014, from [https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/resources/Pages/AIF-\(Non-Financial-Assistance\).aspx](https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/resources/Pages/AIF-(Non-Financial-Assistance).aspx)
 49. Susie Harwood. Conference & Incentive Travel. State of the Industry 2014: Event activity analysis, Retrieved October 21, 2014, from <http://www.citmagazine.com/article/1298665/state-industry-2014-event-activity-analysis?HAYILC=TOPIC>
 50. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). MICE Journal. Issue: Jan-Feb 2014.
TCEB Sees Growth in the First Quarter, Launching Thailand's MICE Rewards
 51. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). MICE Report. Issue 3, July 2013.
Could Thailand's MICE Dance Away from the Cat's Claws in the Wake of the Current Money Woe?
Revisiting a MICE Mission Possible. Written by Charungkiat Phutiratana, 2013. Retrieved April 13, 2014, from http://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user_upload/documents/mice-reports/MICE_Report_2013_-_Issue_3.pdf
 52. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEP). Of MICE and Men: A Mission Made Possible.
Written by Charungkiat Phutiratana, 2012. Retrieved April 13, 2014, from http://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user_upload/documents/mice-reports/MICE_Report_2012_-_Issue_1.pdf
 53. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). TCEB Statistics.
Revenue Actually Generated (By Quarter, FYs 2000-2014). Data Portfolio.
 54. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). TCEB Statistics. Table 1-3 (Number of MICE Travelers and Revenue, FY 2014: Categorized by Industry). Data Portfolio.
 55. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). TCEB Statistics. Table 4 (Number of MICE Travelers and Revenue, FY 2014: Compared with Target Figures). Data Portfolio.
 56. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). 2014 Thailand's MICE Industry Report. MICE Review 2014.
Written by Charungkiat Phutiratana. Bangkok. 2014
 57. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). 2014 Thailand's MICE Industry Report.
The Gateway to ASEAN's MICE. Written by Charungkiat Phutiratana. Bangkok. 2014
 58. Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). TCEB, Developing Asia's First World-Class MICE curricular at Thailand Vocational Education Institutions. MICE Journal. Issue 4. Jul-Aug 2014. p. 6.
 59. ThailandMedToursim.com. Ramathibodi Hospital Makes World's First Discovery of Genes Resistant to Anti-HIV Drug. Retrieved December 17.03 hrs. 10, 2014, from <http://www.thailandmedtourism.com/HallOfFameDetail/86/8704/Ramathibodi-Hospital-Makes-World%E2%80%99s-First-Discovery-of-Genes-Resistant-to-Anti-HIV-Drug>
 60. ThailandMedToursim.com. Thailand's Siriraj Hospital Performs 1st Laparoscopic Hysterectomy for Cervical Cancer in Southeast Asia. Retrieved December 16.59 hrs. 10, 2014, from <http://www.thailandmedtourism.com/HallOfFameDetail/86/8702/Thailand%E2%80%99s-Siriraj-Hospital-Performs-1st-Laparoscopic-Hysterectomy-for-Cervical-Cancer-in-Southeast-Asia>
 61. The Richest. Top Medical Tourism Spots in the World. 6. Malaysia (No. of medical tourists per year: Over 250,000). Retrieved December 20, 2014, from <http://www.therichest.com/expensive-lifestyle/location/top-medical-tourism-spots-in-the-world/5/>
-

62. *The Richest. Top Medical Tourism Spots in the World. 4. Singapore (No. of medical tourists per year: 610,000).*
Retrieved December 20, 2014, from <http://www.therichest.com/expensive-lifestyle/location/top-medical-tourism-spots-in-the-world/7/>
63. *The Richest. Top Medical Tourism Spots in the World. 1. Thailand (No. of medical tourists per year: 1,200,000).*
Retrieved December 20, 2014,
from <http://www.therichest.com/expensive-lifestyle/location/top-medical-tourism-spots-in-the-world/10/>
64. Tom Belden. Knight-Ridder. *The Baltimore Sun. Incentive programs seen holding their own despite downturn Business travel.*
Retrieved December 24th, 2014,
from http://articles.baltimoresun.com/1991-02-04/business/1991035151_1_incentive-travel-incentive-business-business-travel.1991
65. Travel Mole. *Malaysia drives MICE, medical tourism in Penang.* Retrieved December 20, 2014, from
http://www.travelmole.com/news_feature.php?news_id=1121160&c=setreg®ion=3 and Borneo Post On Line.
Pushing Miri City as hub for MICE, medical tourism. Retrieved December 20, 2014,
from <http://www.theborneopost.com/2014/06/19/pushing-miri-city-as-hubs-for-mice-medical-tourism/>
66. TTG India. *Hemophilia congress picks Kuala Lumpur for 2020.* Retrieved December 20, 2014,
from http://ttgindia.travel/article.php?article_id=23841
-



MICE Intelligence Center

Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization)
Siam Tower, 12th B & 26th Floor,
989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok 10330, Thailand
Tel: +66(0) 2 694 6000 Fax: +66(0) 2 658 1412
E-mail: intelligence@tceb.or.th www.businesseventsthailand.com

