TCEB
THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

เสนอ
รองนายกรัฐมนตรี
นายอนุทิน ชาญวีรกูล

รายงานผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2565

ครึ่งปีแรก (ตุลาคม 2564 ถึง มีนาคม 2565)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

TCEB
THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU

รายงานผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2565

ครึ่งปีแรก (ตุลาคม 2564 ถึง มีนาคม 2565)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

สารบัญ

4 **บทที่ 1** บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

8 **บทที่ 2** แนวทางการดำเนินงานเพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ไทยปี 2565

14 **บทที่ 3** ผลกระทบของโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรมไมซ์

22 **บทที่ 4** ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของ สสปน.

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสปน.
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

30 **บทที่ 5** โรดแมปสู่ MICE to Meet You in Thailand Year 2023

บทที่ 1

บทสรุป สำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

การแพร่ระบาดครั้งใหม่ของ COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอนในช่วงเดือนมกราคม 2565 ส่งผลกระทบต่อการเปิดประเทศต้อนรับนักเดินทางไมซ์ ทั้งๆ ที่เพิ่งมีการเปิดประเทศไปเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 เนื่องจากรัฐบาลมีการปรับมาตรการเดินทางเข้า-ออกประเทศ สถานการณ์ที่ไม่เป็นใจ สร้างความท้าทายให้กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับการเดินทางอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ครั้งนี้ การรับมือของ สสปน. ในฐานะหน่วยงานที่เป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เปลี่ยนจากการตั้งรับ เป็นการเดินหน้าฝ่าวิกฤต COVID-19 มุ่งมั่นทำการตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ ช่วงชิงทุกโอกาสที่มีความเป็นไปได้ และสร้างความพร้อมให้ทุกภาคส่วนสามารถจัดงานได้ทันที เมื่อสถานการณ์ในประเทศพร้อม

ลุยตลาดในประเทศ กระตุ้นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ

ช่วงครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2565 (ตุลาคม2564-มีนาคม 2565) การเดินทางระหว่างประเทศยังมีข้อจำกัด จากความปั่นป่วนของสายพันธุ์โอไมครอนที่ทำให้ยอดผู้ติดเชื้อรายใหม่พุ่งสูงแบบก้าวกระโดดโดยเฉพาะในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2565 งานอีเวนท์บางงานที่เตรียมจัดในช่วงต้นปี ต้องถูกเลื่อนออกไปเพื่อลดความเสี่ยง เช่น งาน Thailand International Health Expo 2022 เลื่อนจากเดือนมกราคมเป็น 17-20 มีนาคม 2565 และงาน FIT Expo 2022 เลื่อนจากเดือนกุมภาพันธ์เป็น 29 มิถุนายน-3 กรกฎาคม 2565

ในช่วงเวลานี้ สสปน. เดินหน้าลุยสถานการณ์ COVID-19 ด้วยนโยบายเชิงโดยเฉพาะตลาดภายในประเทศ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ได้ก่อน อาทิ สานต่อโครงการ “ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า” ซึ่งขยายเวลาออกไปจนถึงวันที่ 15 ธันวาคม 2564 รวมทั้งโครงการใหม่ในปีงบประมาณนี้ คือ สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าในระดับภูมิภาค ผ่านการขับเคลื่อนของโครงการ “ Empower Thailand Exhibition”

หรือ EMTEX ซึ่งเป็นโครงการที่มีการจับคู่เจรจาธุรกิจ Business to Business (หรือ B2B) ภายใต้ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ 1. กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ 2. กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ เทคโนโลยีทางการแพทย์ 3. กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม ดิจิทัล 4.กลุ่มพลังงานทางเลือก รถยนต์ โลจิสติกส์และคลังสินค้า และ 5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม สินค้าและบริการที่มีศักยภาพแต่ละภูมิภาค โดย สสปน. จะให้การสนับสนุนงานละ 1 ล้านบาท ส่วนงานแสดงสินค้าทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก แต่ต้องจัดงานในลักษณะ B2B จะได้รับการสนับสนุนงานละ 700,000 บาท ระยะเวลาของโครงการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2564-กันยายน 2566

เน้นการสื่อสารในตลาดต่างประเทศ สร้างความเชื่อมั่น และไว้วางใจ

ส่วนตลาดในต่างประเทศ สสปน. มุ่งเน้นด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเปลี่ยนจากการอัปเดตสถานการณ์เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ นอกจากนี้ยังรักษาตัวแทนการตลาดทั้ง 7 ประเทศ ได้แก่ จีน อินเดีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อังกฤษและยุโรป และอเมริกาเหนือ เพื่อเป็นด่านหน้าในการให้ข้อมูลกับลูกค้า รวมทั้งทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าประเทศไทยยังคงยืนหยัดและเป็น Top of mind ที่พร้อมรองรับการจัดงานได้ทันที

อย่างไรก็ตาม นักเดินทางกลุ่ม Incentive (กลุ่มเดินทางเพื่อเป็นรางวัล) เป็นกลุ่มเป้าหมายแรกที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยได้เร็วที่สุด โดยเฉพาะตลาด Short-Haul หรือการเดินทางระยะสั้น เช่น อินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย ออสเตรเลีย และอิสราเอล ทั้งนี้ จะเป็นการเดินทางแบบกลุ่มเล็กๆ เนื่องจากนักเดินทางยุค New Normal ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นอันดับแรก

เดินหน้าพัฒนา เตรียมความพร้อม ให้ไมซ์ไทยทุกมิติ

ในขณะเดียวกัน สสปน. ยังเดินหน้าสร้างความพร้อมด้านปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเมืองที่มีศักยภาพใหม่ๆ และผลักดันให้ได้มาตรฐานเพื่อขับเคลื่อนให้เป็นเมืองไมซ์ซิตี้ในอนาคต ทั้งหมด 8 เมือง ได้แก่ เชียงราย สุโขทัย (ภาคเหนือ) บุรีรัมย์ อุบลราชธานี (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) นครศรีธรรมราช กระบี่ (ภาคใต้) อยุธยา และจันทบุรี (ภาคกลาง และตะวันออก) นอกจากนี้ ยังเพิ่มแรงดึงดูดใจให้กับนักเดินทางไมซ์ ด้วยการแนะนำเส้นทางใหม่ๆ (New Destinations) ที่เป็นการจับคู่เมือง (Duo-Cities) ภายใต้กิจกรรม 7 ธีม เพื่อขยายโอกาสไปสู่เมืองรองหรือเชื่อมโยงคลัสเตอร์เมืองที่อยู่ใกล้กับไมซ์ซิตี้ ประกอบด้วย ชลบุรี-จันทบุรี กรุงเทพฯ-อยุธยา กรุงเทพ-สมุทรปราการ และภูเก็ต-สงขลา

ด้านการพัฒนาบุคลากร ซึ่งเป็นทรัพยากรต้นน้ำที่มีความสำคัญและช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ สสปน. มุ่งเน้นบุคลากรใหม่ที่มีคุณภาพ ส่วนบุคลากรเดิม จัดทำเทรนนิ่งเพิ่มพูนทักษะด้านดิจิทัลและเทคโนโลยี เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในโลกยุค New Normal รวมไปถึงการสร้างมาตรฐานให้กับสถานที่จัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event Venue) เพื่อรองรับพฤติกรรมของนักเดินทางธุรกิจรุ่นใหม่ที่ต้องการจัดกิจกรรมท่ามกลางบรรยากาศที่แปลกใหม่หรือนอกเหนือไปจากห้องสี่เหลี่ยมในโรงแรมหรือศูนย์ประชุมแบบเดิมๆ

อย่างไรก็ดี ไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของนักเดินทางไมซ์ ส่งผลให้สถานที่จัดประชุมบางแห่ง หันมาพัฒนาพื้นที่ของตนเองให้มีความหลากหลายและครบวงจรมากขึ้น อาทิ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ปรับพื้นที่ใหม่ให้กลายเป็นศูนย์รวมด้านแอคทีฟไลฟ์สไตล์ของกรุงเทพฯ โดยมีการปรับขนาดพื้นที่ให้ใหญ่กว่าเดิม และจัดแบ่งเป็นโซนที่รองรับการจัดงานได้ทุกรูปแบบ (The Ultimate Inspiring World Class Event Platform for All) เพื่อรองรับการจัดงานระดับนานาชาติหรืองานอีเวนท์ระดับโลกในอนาคต

ประมูลสิทธิ์งานระดับโลก และผลักดันการจัดงานให้มีมาตราฐานระดับนานาชาติ

ในส่วนของการดึงงานนานาชาติเข้ามาจัดในประเทศไทย สสปน. ยังคงเดินหน้าช่วงชิงโอกาสอย่างต่อเนื่อง และผลักดันการจัดงานให้มีมาตราฐานระดับนานาชาติ โดยมีกระทรวงที่เกี่ยวข้องรับเป็นเจ้าภาพจัดงาน อาทิ งานเมกะอีเวนท์ที่ได้รับสิทธิ์จัดงานอย่างเป็นทางการแล้ว คือ มหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดอุดรธานี ปี 2569 และอีกสองงานอยู่ในระหว่างการประมูลสิทธิ์ภายในปี 2565 ได้แก่ มหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดนครราชสีมา ปี 2572 และงาน Specialised Expo หรือ EXPO 2028, ภูเก็ต-ประเทศไทย ปี 2571 รวมไปถึงการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ (Convention) ที่เป็น World Iconic และต้องการผลักดันให้เป็นนโยบาย “One Ministry One Convention” อีกจำนวน 3 งาน ได้แก่ (1) The 2025 Annual Meetings of the World Bank Group and the International Monetary Fund (2) World Water Forum 2027 และ (3) World Energy Congress 2028

ความสำเร็จจากการประมูลสิทธิ์งานระดับโลกของ สสปน. เป็นที่ประจักษ์ชัดตลอดการดำเนินงานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีงานไมซ์นานาชาติที่ประมูลสิทธิ์ได้สำเร็จกว่า 300 งาน สร้างรายได้กว่า 3,000 ล้านบาท ส่วนในปีนี้ เตรียมจัดงานระดับนานาชาติอีกหลายงาน เช่น งานประชุมสุดยอดผู้นำสตรีโลก หรือ 2022 Global Summit of Women งานประชุมกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก หรือ APEC 2022 และงานมหกรรมนานาชาติ L'Étape Thailand by Tour de France ปี 2022 จังหวัดพังงา ทั้งนี้ สสปน. ยังมุ่งมั่นที่จะทำให้ทุกๆ งานอีเวนต์นับจากนี้เป็นงานปลอดคาร์บอน (Carbon Neutral Event) ตามเทรนด์ลดโลกร้อน ซึ่งส่งผลให้ภาคเอกชนไทยทุกธุรกิจมีเจตนารมณ์ร่วมกันที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ภายในปี 2593

ผลักดันประเทศไทยสู่การเป็น World Festival Destination

นอกจากนี้ สสปน. ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability) กระจายความเจริญ ส่งเสริมความเข้มแข็งไปสู่ภูมิภาค โดยผลักดันให้เมืองที่มีศักยภาพและเมืองไมซ์ซิตี้สร้างเทศกาลท้องถิ่นของตนเองภายใต้แนวคิด Festival Economy เพื่อต่อยอดไปสู่งานระดับสากลหรือ “1 City 1 License Event” หรือ “หนึ่งเมือง หนึ่งสิทธิบัตรงานเทศกาลนานาชาติ” ในอนาคต สำหรับงานที่จัดไปแล้ว มีจำนวน 1 งาน ได้แก่ “เทศกาลราชประสงค์ 8 องค์เทพ” จากความร่วมมือของสมาคมผู้ประกอบวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ (RSTA) สสปน. และสมาคมการค้าส่งเสริมการจัดมหกรรมและเทศกาลนานาชาติไทย (TIEFA)

สำหรับปีนี้ นโยบาย Festival Economy ภายใต้ยุทธศาสตร์ของ สสปน. เน้นสร้างความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐกับเอกชน โดยจับมือกับ 5 สมาคม ได้แก่ สมาคมการค้าส่งเสริมการจัดมหกรรมและเทศกาลนานาชาติไทย (TIEFA) สมาคมการค้าผู้จัดงานกีฬามวลชนไทย (TMPSA) สมาคมเครือข่ายผู้สร้างสรรค์วิชาชีพสื่อบันเทิงไทย (TECNA) สมาคมการค้าส่งเสริมอุตสาหกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (CAPT) และสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (EMA) ขับเคลื่อนเทศกาลไปสู่อีกมิติหนึ่งของประเทศไทยหรือผลักดันให้เป็น World Festival Economy เนื่องจากการทำงานแบบบูรณาการ ย่อมก่อให้เกิดการทำงานที่เร็วและแข็งแรงขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างเครือข่ายที่กว้างและไกลกว่าเดิม

อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2565 นับเป็นครั้งแรกที่ สสปน. เปิดโอกาสให้แต่ละเมืองแข่งขันกันทำ City Pitching หรือนำเสนอแผนการจัดงาน L'Étape Thailand by Tour de France 2023 หรือการแข่งขันจักรยานที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของโลก ทั้งนี้ การเปิดให้เมืองทำการแข่งขันกันเองจะเป็นการขยายโอกาสให้เมืองที่มีศักยภาพได้รับบทบาทในการเป็นเจ้าภาพจัดงานลิขสิทธิ์ระดับโลก และช่วยลดปัญหาหรืออุปสรรคในการให้ความร่วมมือจากเมืองน้อยลงด้วย ซึ่งผลจากการแข่งขันเมืองที่ได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานในปี 2566 คือ พิษณุโลก

ปีแห่งการสื่อสาร สร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของประเทศไทย

อีกกลยุทธ์หนึ่งในการดำเนินงานเชิงรุกของงบประมาณแรกปี 2565 คือ การสื่อสารผ่านแคมเปญใหม่ๆ เพื่อสร้างแรงกระตุ้นและดึงดูดใจให้นักเดินทางไมซ์นึกถึงประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ เช่น แคมเปญ "Thailand MICE Back" ซึ่งเป็นแคมเปญที่เชิญชวนให้นักเดินทางไมซ์ต่างชาติเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายของการทำกิจกรรม และแคมเปญ "MICE to Meet You in Thailand Year 2023" ซึ่งเป็นแคมเปญแห่งปี 2566 เพื่อส่งเสริมการจัดประชุมและแสดงสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศตลอดปี 2566

สำหรับแนวทางการดำเนินการในระยะต่อไป อุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เพื่อเดินหน้าตามนโยบายที่ตั้งเป้าไว้ เช่น การให้ความร่วมมืออย่างจริงจังของรัฐบาลในการสนับสนุนนโยบายต่างๆ เพื่อให้ประเทศไทยได้สิทธิ์การเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลก หรือความชัดเจนจากภาครัฐในเรื่องการออกข้อยกเว้นหรือสิทธิพิเศษเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักเดินทางไมซ์ ที่นอกเหนือไปจากการเดินทางปกติ ตลอดจนความชัดเจนในเรื่องของการจัดตั้งหน่วยงาน ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลหรือเกี่ยวข้องกับงานเทศกาลนานาชาติ รวมไปถึงมีรูปแบบการจัดตั้งคณะกรรมการระดับประเทศที่ถูกต้อง เพื่อให้การขับเคลื่อนหรือการสร้างงานเทศกาลนานาชาติเป็นไปอย่างคล่องตัว รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

"ความสำเร็จจากการประมูลสิทธิ์งานระดับโลกของ สสปน. เป็นที่ประจักษ์ชัดตลอดการดำเนินงานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีงานไมซ์นานาชาติที่ประมูลสิทธิ์ได้สำเร็จกว่า 300 งาน สร้างรายได้กว่า 3,000 ล้านบาท"

บทที่ 2

แนวทางการดำเนินงานเพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ไทยปี 2565

การเปิดประเทศต้อนรับนักเดินทางไมซ์เมื่อวันที่ 1 พ.ย. 2564 เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของประเทศไทยเพราะเป็นการพลิกโฉมประเทศให้เป็น "New Chapter of Thailand" หรือ "ก้าวใหม่ไทยในช่วงหลังโควิด" ตามนโยบายของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีที่ต้องการให้ทุกภาคส่วนร่วมกันยกระดับอุตสาหกรรมภายใต้การกำกับดูแลด้วยแนวทางใหม่ๆ เพื่อให้ประเทศเข้าสู่วิถีใหม่ในทุกมิติ

สสปน. ในฐานะหน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ขานรับนโยบายดังกล่าวด้วยแผนการดำเนินงานเชิงรุกปี 2565 เร่งเดินหน้าฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ เสริมความแกร่งระดับชาติ ช่วงชิงโอกาสระดับสากล และยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรม ขับเคลื่อนให้ไมซ์ไทยสามารถยืนหยัดท่ามกลางสถานการณ์ COVID-19 ที่ยังต้องเฝ้าระวัง รวมทั้งรักษาสถานะการเป็นจุดหมายของการจัดงานอันดับต้นๆ บนเวทีโลก

รุกตลาดไมซ์ในประเทศ สร้างความพร้อมให้เมือง เสริมความแกร่งระดับชาติ

การกลับมาระบาดของ COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอนหลังเปิดประเทศได้ไม่นาน ทำให้ภาครัฐปรับมาตรการเดินทางเข้า-ออกประเทศโดยระงับการลงทะเบียนเข้าประเทศไทยสำหรับนักเดินทางประเภท Test & Go รายใหม่ชั่วคราว ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของกลุ่มไมซ์ต่างชาติให้อยู่ในภาวะชะลอตัว รวมไปถึงการจัดงานอีเวนท์ในช่วงเวลาดังกล่าวก็ต้องถูกเลื่อนออกไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการแพร่ระบาด

ช่วงเวลานี้ สสปน. เดินหน้ารุกตลาดไมซ์ในประเทศต่อทันที โดยการขยายระยะเวลาของโครงการ “ประชุมเมืองไทยปลอดภัยกว่า” ในการสนับสนุนงบประมาณสำหรับผู้ประกอบการในการจัดประชุมจากเดิมกำหนดสิ้นสุด 15 กันยายน 2564 ต่อเวลาเป็น 15 ธันวาคม 2564 ทั้งนี้ สสปน. สนับสนุนงบประมาณสำหรับโปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้รับเงินสนับสนุน 30,000 บาท และโปรแกรม 1 วัน หรือเกิน 6 ชั่วโมง ได้รับเงินสนับสนุน 15,000 บาท

ในขณะเดียวกัน ก็เร่งยกระดับความพร้อมของจังหวัดสู่เมืองที่มีศักยภาพ โดยการจัดกิจกรรม “10 เส้นทางไมซ์สร้างสรรค์” ซึ่ง สสปน. ทำงานร่วมกับกลุ่มบริษัท DMC (Destination Management Company) ออกแบบ 10 เส้นทางใหม่ ที่แสดงถึงศักยภาพของวิถีชุมชนและทรัพยากรในชุมชนท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผนวกกับแนวคิดเรื่องความยั่งยืน เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อีกทั้ง กระตุ้นให้องค์กรภาครัฐและเอกชนเกิดการจัดประชุมสัมมนาและกิจกรรมทั่วประเทศภายใต้มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ทั้งนี้ 10 เส้นทางดังกล่าว ประกอบด้วย เชียงใหม่ พิษณุโลก อุดรธานี-หนองคาย ขอนแก่น เขาใหญ่ บางน้ำผึ้ง พัทยา พะงัน ภูเก็ต และสงขลา-ปัตตานี

- **งานมหกรรมพืชสวนโลก (The International Horticultural Exhibition)** เป็นงานจัดแสดงด้านพืชสวนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก อยู่ภายใต้สมาคมพืชสวนระหว่างประเทศ (The International Association of Horticultural Producers-AIPH) เริ่มจัดงานครั้งแรกเมื่อปี 2503 และจัดต่อเนื่องหมุนเวียนประเทศเจ้าภาพภายในภาคีสมาชิก 65 ประเทศ โดยประเทศไทยเคยเป็นเจ้าภาพจัดงานมาแล้วเมื่อปี 2549 ภายใต้ชื่องาน “มหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2549” (International Horticulture Exposition for His Majesty the King; Royal Flora Ratchapruek 2006)
- **งานเอ็กซ์โปวาระพิเศษ (Specialised Expo)** เป็นมหกรรมการแสดงนวัตกรรมและการพัฒนาระดับโลก อยู่ภายใต้ลิขสิทธิ์ของ Bureau International des Expositions (BIE) จัดงานมาแล้วทั้งหมด 35 ครั้งทั่วโลก แบ่งเป็นทวีปอเมริกา 6 ครั้ง ทวีปยุโรป 21 ครั้ง ทวีปเอเชีย 7 ครั้ง และทวีปโอเชียเนีย 1 ครั้ง

สร้างงานใหม่ให้เกิด และผลักดันให้เป็นงานมาตรฐานนานาชาติ

ในปี 2565 สสปน. ตั้งเป้าให้เกิดการสร้างงานใหม่ๆ ในระดับภูมิภาค โดยสนับสนุนให้เมืองที่มีศักยภาพหรือเมืองไมซ์ซิตี้สร้างงานเทศกาลของตนเอง ภายใต้แนวคิด Festival Economy และต่อยอดไปสู่งานระดับสากลหรือ 1 City 1 License Event ยกระดับให้เป็นงานที่มีคุณภาพระดับนานาชาติ รวมทั้งผลักดันให้มีการจดลิขสิทธิ์งานอย่างจริงจัง เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ และช่วยให้การเจรจาหรือการทำงานร่วมกับต่างประเทศในอนาคตเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น

สำหรับนโยบายการจัดงานเทศกาลนานาชาติ สสปน. จะผลักดันให้เป็น Business Festival หรือแพลตฟอร์มที่ทำให้เกิดการเจรจาทางธุรกิจ และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดในอุตสาหกรรมของตนเอง ดังนั้น ฟังก์ชั่นของการจัด Business Festival นับจากนี้ จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่การจัดงานเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่เป็นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการจัดนิทรรศการ การทำเวิร์คช็อป และการสร้าง Community Engagement เพื่อส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน ส่วนใหญ่มักเป็นงานที่เกี่ยวกับ Soft Power เช่น งานแรกที่ สสปน. ให้การสนับสนุน คือ “เทศกาลเครื่องปั้นดินเผานานาชาติ” (Interkeramos Korat Clay Festival 2021) เป็นต้น

ช่วงชิงโอกาสระดับสากล ดึงงานใหญ่เข้าสู่ประเทศ

อย่างไรก็ตาม วิกฤต COVID-19 ที่ลากยาวตั้งแต่ปลายปี 2562 ส่งผลกระทบอย่างหนักต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย ทั้งด้านจำนวนนักเดินทางและรายได้ที่ลดลงมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563-2564 จนสถานการณ์ COVID-19 เริ่มบรรเทาเบาบาง

ในปี 2565 โลกของการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์จึงเกิดขึ้นอย่างเข้มข้น ทั้งการช่วงชิงโอกาสในเวทีสากลและการแข่งขันกันใช้กิจกรรมไมซ์พลิกฟื้นเศรษฐกิจของประเทศให้กลับมาแข็งแกร่งโดยเร็ว

สสปน. ก็เช่นเดียวกัน เร่งดึงงานสำคัญระดับโลกเข้าสู่ไทย เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้น อาทิ งาน Thailand International Air Show งานประชุมนานาชาติ 2022 Global Summit of Women งานมหกรรมนานาชาติ L'Étape Thailand by Tour de France นอกจากนี้ ยังผลักดันไมซ์ไทยไปสู่เวทีโลก จัดทำแคมเปญตลาดเชิงรุก ช่วงชิงความได้เปรียบในภูมิภาคอาเซียน โดยเตรียมประกาศปีแห่งการจัดประชุมในประเทศไทย ต่อยอดจากการเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก (APEC 2022)

ทั้งนี้ การที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพการจัดประชุม APEC 2022 จะก่อให้เกิดการจัดงานต่างๆ ตามมาอีกมากมาย ซึ่งคาดการณ์ว่า จะมีจำนวนนักเดินทางไมซ์รวม 6,130,000 คน สร้างรายได้จากนักเดินทางไมซ์รวม 28,400 ล้านบาท ต่อเนื่องถึงในปี 2566 จะมีจำนวนนักเดินทางไมซ์รวม 9,108,000 คน สร้างรายได้จากนักเดินทางไมซ์รวม 42,600 ล้านบาท

กรณีศึกษาการประมูลสิทธิ์ 3 งานระดับโลก

จากกลยุทธ์การดำเนินงานเชิงรุกเพื่อพลิกฟื้นอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศให้กลับมาแข็งแกร่งโดยเร็ว นอกจากการวางแผนสร้างรายได้หลักจากตลาดไมซ์ภายในประเทศแล้ว ในปี 2565 สสปน. ยังพลิกบทบาทครั้งใหญ่ จากที่เป็นหน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ เปลี่ยนเป็นหน่วยงานที่เดินหน้าช่วงชิงโอกาสสำคัญในการดึงงานระดับโลกเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งงานที่ดำเนินการประมูลสิทธิ์ในปีนี้ มีทั้งหมด 3 งาน ได้แก่ มหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดอุดรธานี ปี 2569 (ได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพแล้ว) ส่วนอีกสองงานอยู่ในระหว่างการดำเนินเรื่องประมูลสิทธิ์ ได้แก่ มหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดนครราชสีมา ปี 2572) และงาน Specialised Expo หรือ EXPO 2028, ภูเก็ต-ประเทศไทย ปี 2571

การดำเนินเรื่องขอเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานลิขสิทธิ์ระดับโลก นับเป็นความท้าทายของ สสปน. อย่างมาก เนื่องจากต้องทำงานเชิงบูรณาการและเป็นผู้ประสานงานสิบทิศกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และจังหวัด ทั้งนี้ขั้นตอนการดำเนินงาน สสปน. ลงพื้นที่ สร้างความรู้ ทำความเข้าใจกับผู้คนและหน่วยงานระดับภูมิภาค รวมทั้งจัดทำรายละเอียดโดยศึกษาถึงความเป็นไปได้ของแต่ละโครงการ (Feasibility Study) เพื่อยื่นขออนุมัติจากคณะรัฐมนตรีสำหรับให้กระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับเป็นเจ้าภาพดำเนินการจัดงานต่อไป ส่วนงานเบื้องหน้า สสปน. เป็นผู้ยื่นสมัครขอรับเป็นเจ้าภาพจัดงานในนามของประเทศไทย ต่อเจ้าของลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ

สำหรับงานมหกรรมพืชสวนโลกอุดรธานี มีการยื่นประมูลสิทธิ์ไปเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2565 และประกาศผลได้สิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานอย่างเป็นทางการแล้วเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2565 ณ AIPH Spring Meeting 2022 ขณะที่มหกรรมพืชสวนโลกนครราชสีมา เตรียมยื่นขอประมูลสิทธิ์ในเดือนกันยายนปีนี้ และงานเอ็กซ์โปวาระพิเศษ (Specialised Expo) ภายใต้ชื่องาน EXPO 2028, Phuket-Thailand ยื่นเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานตั้งแต่วันที่ 11 มกราคม 2565 และจะประกาศผลประเทศที่ได้เป็นเจ้าภาพในเดือนมิถุนายน 2566 ณ BIE's General Assembly

ทั้งนี้ พันธกิจของ สสปน. ไม่ได้จบลงแค่การยื่นขอประมูลสิทธิ์แล้วเท่านั้น แต่ยังต้องดำเนินการต่อตามเงื่อนไขของเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น กิจกรรม Site Inspection หรือพาตัวแทนเจ้าของลิขสิทธิ์สำรวจความพร้อมของสถานที่จัดงานในพื้นที่แต่ละโครงการ รวมไปถึงการทำ Country Presentation ซึ่งกว่าจะได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพในแต่ละงาน ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจอย่างเป็นหนึ่งเดียวของหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งงาน "Specialised Expo หรือ EXPO 2028, Phuket-Thailand" ซึ่งถือเป็นงานที่มีการแข่งขันที่ดุเดือด และท้าทายมากที่สุด เนื่องจากเป็นงานที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง จึงจำเป็นต้องอาศัยนโยบายการแลกเสียงระดับชาติ และการให้ความสำคัญอย่างจริงจังของรัฐบาล รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ล้วนเป็นหลักในการพิจารณาตัดสินแทบทั้งสิ้น เช่น การบริหารจัดการโครงการโดยภาพรวม การทำแผนธุรกิจ (Business Plan) การจัดการของเสีย (Waste Management) รวมไปถึงเรื่องการทำ Legacy Planning เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม หากประเทศไทยได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานลิขสิทธิ์ระดับโลก ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงบวกในทุกมิติ และเป็นการสร้างความมั่งคั่งไปสู่ระดับภูมิภาคอย่างแท้จริง รวมไปถึงสร้างความเชื่อมั่นทางด้านศักยภาพของประเทศที่จะเป็นหมุดหมายอันดับต้นๆ ของการจัดงานระดับโลกในยุคหลัง COVID-19

1. มหกรรมพืชสวนโลก จังหวัดอุดรธานี

- เป็นงานที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาด้านพืชสวนของไทย และเป็นเวทีแลกเปลี่ยนทางวิชาการและเทคโนโลยีด้านพืชสวนในระดับชาติ และระดับนานาชาติ
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์รับเป็นเจ้าภาพ
- เงินสะพัดระหว่างการจัดงาน 32,000 ล้านบาท
- มูลค่าการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมกว่า (GDP) 20,000 ล้านบาท
- รายได้จากการจัดเก็บภาษี 7,700 ล้านบาท
- สร้างการจ้างงาน 81,000 อัตรา

2. มหกรรมพืชสวนโลก จังหวัดนครราชสีมา

- เป็นงานที่แสดงความก้าวหน้าด้านพันธุ์พืช เทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตพืชสวนแบบครบวงจรของประเทศไทย
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์รับเป็นเจ้าภาพ
- เงินสะพัดระหว่างการจัดงาน 18,942 ล้านบาท
- มูลค่าการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมกว่า (GDP) 9,163 ล้านบาท
- รายได้จากการจัดเก็บภาษี 3,429 ล้านบาท
- สร้างการจ้างงาน 36,003 อัตรา

3. EXPO 2028, Phuket-Thailand

- เป็นเวทีแลกเปลี่ยนนวัตกรรมและการพัฒนารูปแบบการให้บริการสาธารณสุขในอนาคต เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกในบริบทหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19
- กระทรวงสาธารณสุขรับเป็นเจ้าภาพ
- เงินสะพัดระหว่างการจัดงาน 45,570 ล้านบาท
- มูลค่าการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมกว่า (GDP) 27,340 ล้านบาท
- รายได้จากการจัดเก็บภาษี 10,234 ล้านบาท
- สร้างการจ้างงาน 107,437 อัตรา

ส่งเสริมการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน และปลอดคาร์บอนภายในปี 2593

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เทรนด์ลดโลกร้อนกลายเป็นกระแสที่องค์กรธุรกิจต่างๆ ทั่วโลกให้ความสนใจอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้ "การป้องกันและแก้ไขปัญหาอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ" คือหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของนโยบาย "พลิกโฉมประเทศไทย" ปี 2565 ที่ภาคเอกชนไทยทุกธุรกิจมีเจตนารมณ์ร่วมกันในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ภายในปี 2593 หรือช้าสุดไม่เกินปี 2613 สอดคล้องกับเป้าหมายของสมาคมอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าโลก (UFI) ที่มุ่งมั่นจะให้งานแสดงสินค้าเป็นงานปลอดคาร์บอน (Carbon Neutral Event) ภายในปี 2593

สสปน. ขานรับนโยบายดังกล่าว ด้วยความมุ่งมั่นที่จะทำให้ทุกๆ การจัดงานนับจากนี้เป็นงาน Carbon Neutral Event ทั้งนี้ ได้ผลักดันตัวเองให้เป็นหน่วยงานที่เป็นผู้นำความคิด (Thought Leadership) ในเรื่องความยั่งยืนระดับเวทีสากล อาทิ ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยจัดทำคู่มือสำหรับการจัดงานแบบยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการ รวมไปถึงให้การสนับสนุนการจัดงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น งานประชุมสุดยอดผู้นำสตรีโลก หรือ 2022 Global Summit of Women ซึ่งกำลังจะจัดขึ้นในประเทศไทยระหว่างวันที่ 23-25 มิถุนายน 2565 ถือเป็นงานแรกของปีที่จัดแบบปลอดคาร์บอนอย่างแท้จริง

สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และรักษาความเชื่อมั่นในการเป็น Hub Thailand

อีกกลยุทธ์ในการทำตลาดเชิงรุกปี 2565 คือ ขยายตัวแทนการตลาดในตลาดเป้าหมายใหม่ เพื่อช่วงชิงโอกาสทางธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ เช่น เจาะกลุ่ม HR Association สำหรับตลาด Incentive เพิ่มเติมจากตลาดเป้าหมายเดิมที่เป็นกลุ่ม Corporate Market รวมไปถึงรักษาตัวแทนการตลาด (Representatives) ในต่างประเทศ เพื่อเป็นด่านหน้าในการให้ข้อมูลกับลูกค้า ตลอดจนทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าประเทศไทยยังคงยืนหยัดและเป็น Top of mind ที่พร้อมจะรองรับการจัดงานได้ทันทีเมื่อสถานการณ์พร้อม

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแบบองค์รวม (Holistic) ให้กับไมซ์ไทย ยังเป็นสิ่งที่ สสปน. ให้ความสำคัญเสมอมา ด้วยเหตุนี้การช่วงชิงงานใหญ่ระดับโลกเข้ามาจัดในประเทศไทย จึงเป็นโอกาสดีที่จะช่วยตอกย้ำความเป็น Hub Thailand ในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น งาน "EXPO 2028, Phuket-Thailand" ที่อยู่ในระหว่างการประมูลสิทธิ์ หากประเทศไทยได้สิทธิ์เป็นเจ้าภาพ จะช่วยตอกย้ำการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก สำหรับงาน Thailand International Health Expo 2022 ที่จัดไปแล้วเมื่อ 17-20 มีนาคม 2565 ช่วยตอกย้ำการเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์และสาธารณสุขของโลก

(Medical and Wellness Hub) และงาน Thailand International Air Show ซึ่งเตรียมส่งมอบให้ EEC รับเป็นเจ้าภาพจัดงานปี 2570-2571 จะช่วยยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการบินของอาเซียน เป็นต้น

ยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรม ด้วยการพัฒนาทรัพยากรไมซ์ในทุกมิติ

ด้านกลยุทธ์ยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรม สสปน. มุ่งมั่นพัฒนาบุคลากรไมซ์ สร้างคนคุณภาพ รองรับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งระดับพื้นที่และระดับนานาชาติ ที่กำลังดำเนินการ คือ การจัดทำมาตรฐาน ISO รับรองคุณวุฒิวิชาชีพไมซ์ใน 5 กลุ่มสาขาวิชาชีพ ได้แก่ กลุ่มอาชีพการจัดการการจัดประชุม กลุ่มอาชีพการจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ กลุ่มอาชีพการจัดการสถานที่จัดงาน กลุ่มอาชีพการจัดการการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และกลุ่มอาชีพการจัดการงานอีเวนท์ เพื่อให้บุคลากรที่จบหลักสูตรสามารถไปทำงานต่างประเทศได้โดยได้รับการยอมรับเทียบเคียงกับมาตรฐานสากล

นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัลตามแนวทาง New Normal เช่น ผลักดันให้สตาร์ทอัพไทยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual) สำหรับจัดงานอีเวนท์ออนไลน์ ทำให้ผู้ร่วมงานมีประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกับการเดินทางไปงานอีเวนท์แบบปกติ ทั้งนี้ แพลตฟอร์ม Virtual ในปัจจุบัน ได้พัฒนาเพิ่มเติมระบบการลงทะเบียนออนไลน์ ระบบการจับคู่ธุรกิจ และระบบสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน ซึ่งระบบดังกล่าว ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมได้มากกว่าการจัดงานที่ไม่มีกิจกรรมทางอีเวนท์เสมือนจริงถึงร้อยละ 86 ส่งผลต่อการเพิ่มยอดขายและเพิ่มโอกาสการเจรจาทางธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น

ยกระดับการให้บริการไมซ์แบบ One Stop Service จบครบในที่เดียว

การอำนวยความสะดวกแบบครบวงจรให้กับนักเดินทางไมซ์ยังเป็นสิ่งสำคัญที่ สสปน. ดำเนินการตลอดมา นอกจากจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ของภูมิภาคแล้ว ยังเป็นหนึ่งปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ประกอบการไมซ์ที่จะเลือกประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดงานอีกด้วย เช่น การจัดตั้ง ศูนย์ประสานงานเพื่ออำนวยความสะดวกอุตสาหกรรมไมซ์ (One Stop Service Center for MICE) ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มผ่านช่องทาง www.thaimiceoss.com ในการเชื่อมโยงข้อมูลและขั้นตอนกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไว้ทั้งหมด เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จที่ให้ความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ประกอบการ

การให้บริการ “MICE Lane” หรือบริการตรวจคนเข้าเมืองในช่องทางพิเศษ ซึ่งปัจจุบัน สสปน. เปิดให้บริการทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง และสนามบินนานาชาติเชียงใหม่ และกำลังจะเปิดที่สนามบินภูเก็ตภายในปี 2565 นอกจากนี้ สสปน. ได้ยื่นเรื่องเสนอคณะรัฐมนตรี ขอยกเว้นกฎระเบียบบางอย่างในการนำเข้าสิ่งของสำหรับจัดกิจกรรมไมซ์ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้การจัดงานไมซ์ในประเทศเป็นไปอย่างราบรื่นและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

ผลกระทบของโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรมไมซ์

ความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมไมซ์โลก

การเปิดประเทศต้อนรับนักเดินทางไมซ์เมื่อวันที่ 1 พ.ย. 2564 เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของประเทศไทยเพราะเป็นการพลิกโฉมประเทศให้เป็น "New Chapter of Thailand" หรือ "ก้าวใหม่ไทยในช่วงหลังโควิด" ตามนโยบายของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีที่ต้องการให้ทุกภาคส่วนร่วมกันยกระดับอุตสาหกรรมภายใต้การกำกับดูแลด้วยแนวทางใหม่ๆ เพื่อให้ประเทศเข้าสู่วิถีใหม่ในทุกมิติ

ถึงเวลานี้ ทั่วโลกยังคงต้องเผชิญหน้ากับการระบาดของ COVID-19 อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอไมครอน ซึ่งองค์การอนามัยโลกออกมาประกาศให้เป็นสายพันธุ์ที่น่ากังวลล่าสุดของโลก หลังจากพบครั้งแรกในแอฟริกาใต้ และเกิดการแพร่ระบาดไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ทั้งในทวีปแอฟริกาใต้ ยุโรป อเมริกา เอเชีย และออสเตรเลีย

โอไมครอนไม่ได้ส่งผลเลวร้ายต่ออุตสาหกรรมไมซ์เท่ากับเดลต้า

ทว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดครั้งนี้ กลับไม่ได้ส่งผลกระทบที่รุนแรงต่ออุตสาหกรรมไมซ์โลกเมื่อเทียบกับสายพันธุ์เดลต้า ปัจจัยหลักมาจากการที่ประชากรทั่วโลกได้รับการฉีดวัคซีนป้องกัน COVID-19 แล้ว คิดเป็นร้อยละ 65.3 สำหรับการฉีดวัคซีน 1 โดสเป็นอย่างน้อย ร้อยละ 58.8 ได้รับวัคซีนครบแล้ว (ได้รับมากกว่า 1 โดส) หรือคิดเป็นจำนวน 4.58 พันล้านคน และร้อยละ 21 ได้รับเข็มบูสเตอร์แล้ว (ข้อมูลจากเว็บไซต์ Our World in Data : วันที่ 6 เมษายน 2565)

รวมไปถึงการผ่อนคลายมาตรการเปิดประเทศ จึงทำให้เกิดการเดินทางระหว่างประเทศหลายแห่ง ข้อมูลจาก Northstar Pulse Survey เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2564 ได้สำรวจการจัดประชุมและกิจกรรมอีเวนท์ในช่วงเวลาที่ยังมีการแพร่ระบาดของ COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอน พบว่า การจัดงานอีเวนท์ที่ต้องมีการพบปะกันถูกยกเลิกเพียงร้อยละ 5 ส่วนที่มีการเปลี่ยนแผน คิดเป็นร้อยละ 7 และเกือบร้อยละ 50 ยังคงดำเนินการจัดงานต่อ

ข้อมูลเชิงลึกจากงาน IMEX 2021 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2564 ในลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้คนพร้อมแล้วที่จะกลับไปดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ ประเด็นด้านสุขภาพและความปลอดภัยยังเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่ผู้คนให้ความสำคัญ รวมไปถึงความใส่ใจเกี่ยวกับสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของการเข้าร่วมประชุม ส่วนขององค์กร การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืนจะเป็นสองสิ่งที่ต้องมาควบคู่กัน และนับจากนี้ไป การทำงานร่วมกันกับคู่แข่งทางธุรกิจและการเอาใจใส่อย่างจริงใจจะกลายเป็นวิถีใหม่ (New Normal)

สถานการณ์ไมซ์ทั่วโลกเริ่มฟื้นตัวในปี 2565

ถึงแม้ว่าการแพร่ระบาดของโอไมครอนในยุโรป จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั้งด้านการเดินทางและกิจกรรมในท้องถิ่น หากแต่จะเป็นเพียงระยะสั้นๆ เท่านั้น โดยภาพรวมของการเดินทางออกนอกประเทศในยุโรปยังคงไม่เปลี่ยนแปลง นักเดินทางไมซ์ส่วนใหญ่ยังรอดูสถานการณ์ที่เหมาะสมในช่วงไตรมาส 1 หรือ 2 ของปี 2565

สอดคล้องกับผลการสำรวจของ GBTA (The Global Business Travel Association) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2565 พบว่า บริษัทมีการยกเลิกหรือเลื่อนทริปการเดินทางเชิงธุรกิจระหว่างประเทศร้อยละ 71 ส่วนการยกเลิกหรือเลื่อนทริปการเดินทางเชิงธุรกิจภายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 33 และร้อยละ 58 วางแผนที่จะเดินทางเชิงธุรกิจภายในประเทศในอนาคตอันใกล้หรืออีก 1-3 เดือนข้างหน้า และร้อยละ 33 วางแผนที่จะเดินทางเชิงธุรกิจระหว่างประเทศในอนาคตอันใกล้หรืออีก 1-3 เดือนข้างหน้า

ด้านสถานการณ์ในเอเชียปีนี้ การกลับมาของกิจกรรมทางธุรกิจจะแตกต่างกันในแต่ละตลาด ทว่า ในปี 2566 บางตลาดในเอเชียจะกลับมาเทียบเท่าหรือล้ำหน้ากว่าปี 2562 หรือช่วงก่อนเกิดโรคระบาด รวมไปถึงตลาดที่ถดถอย จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นในปี 2566 เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของ COVID-19 ผลักดันให้เกิดการลงทุนในการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการจัดงานอีเวนท์ในหลายประเทศ หากแต่การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้ผู้คนยอมรับได้อย่างรวดเร็วนั้นกลับทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งานค่อนข้างต่ำ อีกทั้งหลายๆ แพลตฟอร์มก็ไม่มีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับการจัดงานแบบปกติ

Japan

● Tokyo Convention & Visitors Bureau (TCVB) และ Osaka Convention & Tourism Bureau (OCTB) ลงนามทำข้อตกลงความร่วมกัน เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของญี่ปุ่นที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดครั้งใหญ่ของ COVID-19

● ปัจจุบันการเดินทางเข้าประเทศญี่ปุ่นสามารถใช้ระบบ Paperless หรือการกรอกเอกสารเข้าเมืองที่ไม่ต้องใช้กระดาษอีกต่อไป โดยนักเดินทางและผู้ที่ต้องเดินทางกลับประเทศญี่ปุ่นสามารถดำเนินพิธีการศุลกากรโดยใช้แอปพลิเคชัน ส่วนนักท่องเที่ยวไม่ต้องยื่นเอกสาร CIQ (หรือพิธีการศุลาการ (Custom) การตรวจคนเข้าเมือง (Immigration) และด่านกักกันพืชและสัตว์ (Quarantine) หากมีการลงทะเบียนผ่านทางเว็บไซต์ “Visit Japan Web” เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

China

● เมืองซีอาน ประเทศจีน ประกาศล็อกดาวน์ห้ามผู้คนออกจากเมืองอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 22 ธันวาคม 2564 หลังพบผู้ติดเชื้อ COVID-19 รายใหม่เพิ่มขึ้น 52 ราย รวมไปถึงยังพบการแพร่ระบาดในเมืองเทียนจิน ส่งผลให้จีนออกมาตรการล็อกดาวนในวงกว้าง ขณะที่เมืองท่าอื่นๆ รวมถึงต้าเหลียนและเซี่ยงไฮ้ก็พบรายงานผู้ติดเชื้อด้วยเช่นกัน

● เจมส์ เหลียง (James Liang) ประธานบริหารกลุ่ม Trip.com ชี้ว่า ประเทศในเอเชียมีแนวโน้มที่จะกลับไปสู่การเดินทางในต่างประเทศช่วงไตรมาสแรกของปี 2565 ขณะที่จีนเองคาดว่าจะเริ่มช่วงกลางปี 2565 อย่างไรก็ตาม ตลาดการเดินทางนอกเอเชีย คาดว่าจะฟื้นตัวประมาณครึ่งหนึ่งในช่วงก่อนเกิดโรคระบาด COVID-19

● เจ้าของโรงแรมในจีนขยายรูปแบบของการให้บริการเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความหลากหลาย โดยปรับรูปแบบจากการเป็นเพียงที่พักผ่อน (Accommodation) ให้เป็นสถานที่พักผ่อนและสร้างความบันเทิง (Leisure) รวมไปถึงทำกิจกรรมทางสังคมได้ เช่น สร้างธีมเกี่ยวกับกีฬา ภาพยนตร์ สุขภาพ และเกมนักสืบ ทั้งนี้ผลการวิจัยของ Tongcheng Travel ระบุว่า ยอดจองโรงแรมธีมกีฬาในปี 2563 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 165.6 ซึ่งสูงกว่าปี 2562 และยอดจอง 6 เดือนแรกของปี 2564 เท่ากับร้อยละ 17 ซึ่งสูงกว่ายอดจองตลอดปี 2563

India

● อินเดียทำข้อตกลงการเปิดพรมแดนระหว่างประเทศโดยไม่ต้องกักตัว (Bubble Agreements) ร่วมกันกับ 33 ประเทศ

● กลุ่มนักเดินทางองค์กร (Corporates) ของอินเดีย จองเที่ยวบินเช่าเหมาลำเพื่อมายังประเทศไทยปี 2565 เพื่อทำกิจกรรม “2022 Thailand MICE Familiarization Trip”

Singapore

● รัฐบาลสิงคโปร์อนุญาตให้ประชาชนที่ฉีดวัคซีน COVID-19 แล้ว สามารถพบปะและรับประทานอาหารนอกบ้านได้เพิ่มขึ้นจาก 2 คน เป็นกลุ่มละ 5 คน รวมไปถึงคนในครอบครัวเดียวกัน สำหรับผู้ที่ยังไม่ได้รับการฉีดวัคซีน ห้ามรับประทานอาหารนอกบ้านโดยไม่สวมหน้ากากพลาสติก PET

● สำหรับงานแสดงสด กิจกรรมไมซ์ ผู้เข้าชม และผู้มีส่วนร่วมในงานกีฬา หากได้รับวัคซีนแล้วสามารถเข้าร่วมได้จำนวน 1,000 คน ผู้ที่ยังไม่ได้รับวัคซีน เข้าร่วมได้ 50 คน และต้องสวมหน้ากากพลาสติก PET นอกจากนี้ จำกัดกลุ่มเล็กๆ ได้เพียง 5 คน สำหรับผู้ที่ไม่สวมหน้ากากอนามัยเนื่องจากต้องร้องเพลงหรือแสดงดนตรีภายในงาน จะต้องเป็นผู้ที่ได้รับการฉีดวัคซีนแล้วเท่านั้น

Australia & New Zealand

● ออสเตรเลียยังคงไม่มีนโยบายปิดประเทศแม้ว่าจะมีการแพร่ระบาดของไวรัสโอไมครอน ซึ่งพบผู้ติดเชื้อแล้วมากกว่า 1 ล้านคน

● รัฐบาลนิวซีแลนด์ยังไม่เปิดประเทศรับชาวต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบจนกว่าจะถึงเดือนตุลาคม 2565 โดยจะค่อยๆ เริ่มเปิดประเทศรับชาวนิวซีแลนด์ที่อยู่ในต่างประเทศก่อน ในช่วงแรก

● รัฐบาลนิวซีแลนด์เปิดรับชาวนิวซีแลนด์ที่อยู่ในต่างประเทศ ให้เดินทางกลับเข้าประเทศได้ โดยไม่ต้องมีการกักตัว ตั้งแต่วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2565 สำหรับชาวนิวซีแลนด์ที่เดินทางมาจากออสเตรเลีย สามารถกักตัวที่บ้านแทนการกักตัวที่โรงแรม หลังจากนั้นอีกสองสัปดาห์ จึงเปิดให้ชาวนิวซีแลนด์ที่อยู่ในประเทศอื่นๆ เดินทางกลับมานิวซีแลนด์ได้ โดยไม่ต้องกักตัวที่โรงแรม

● เรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัย เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกที่นักเดินทางไมซ์จะคำนึงถึงเมื่อเดินทางมายังเอเชียแปซิฟิก ทั้งนี้ ข้อมูลจาก Amadeus บริษัทผู้นำด้านเทคโนโลยีท่องเที่ยว เผยข้อมูลเชิงลึกจากบริษัทจัดการด้านท่องเที่ยวหรือ TMC (Travel Management Companies) จำนวนมากกว่า 250 บริษัท ที่ดำเนินการใน APAC พบว่า ร้อยละ 82 ของนักเดินทางเชิงธุรกิจต้องการข้อมูลเรื่องของสุขอนามัยและความปลอดภัยในประเทศที่เดินทางไป ทั้งก่อนและระหว่างการเดินทางเชิงธุรกิจ

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย

แม้ว่าในช่วงต้นปี 2565 การแพร่ระบาดของ COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอน จะทำให้เกิดข้อจำกัดในการเดินทางของนักเดินทางไมซ์ หากแต่สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยครั้งนี้ กลับไม่ได้เลวร้ายลงเมื่อเทียบกับช่วงสองปีที่ผ่านมา ปัจจัยหลักมาจากประชากรไทยได้รับการฉีดวัคซีน COVID-19 ครบแล้ว (ได้รับมากกว่า 1 โดส เข็มบูสเตอร์ถือเป็นวัคซีนเสริม) คิดเป็นร้อยละ 79.7 หรือ 55,662,271 คน (ข้อมูลจากเว็บไซต์ Our World in Data : 4 เมษายน 2565)

รวมทั้งรัฐบาลมีการผ่อนคลายมาตรการเดินทางระหว่างประเทศอยู่เป็นระยะ และผ่อนปรนการจัดงานไมซ์โดยยึดแนวคิด “Smart Control Smart Living with COVID” ของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยอีกครั้งหลังผ่านพ้นวิกฤตครั้งใหญ่ของโรคระบาด ทั้งนี้ การจัดงานไมซ์ในช่วงเวลาดังกล่าว มุ่งเน้นไปสู่รูปแบบอีเวนต์เสมือนจริง (Virtual Event) สอดคล้องกับเทรนด์ New Normal ในยุคปัจจุบัน

นักเดินทางกลับมาคึกคักหลังไทยเปิดประเทศ และชะลอตัวลงช่วงต้นปี 2565

สถิติหลังการเปิดประเทศอย่างเป็นทางการ พบว่า จำนวนของนักเดินทางเข้าไทยสะสมมีทั้งสิ้น 304,841 คน (ข้อมูลจากศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 (ศบค.) ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน – 20 ธันวาคม 2564) โดยมีนัก

เดินทางจากสหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น รัสเซีย ฝรั่งเศส เกาหลีใต้ สวิตเซอร์แลนด์ อิสราเอล และสวีเดน ครองตำแหน่ง 10 อันดับแรกที่เดินทางมายังประเทศไทยมากที่สุด ส่งผลให้ธุรกิจหลายภาคส่วนเกิดความคึกคัก เช่น ธุรกิจการบิน โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับไมซ์และการท่องเที่ยว

ศูนย์วิจัยกสิกรได้ประเมินไว้ก่อนหน้านี้ว่า การเปิดประเทศจะช่วยให้จำนวนนักเดินทางต่างชาติในช่วงสองเดือนสุดท้ายของปี 2564 เพิ่มขึ้นร้อยละ 64 เมื่อเทียบกับไม่มีมาตรการเปิดประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยปี 2564 ขยับสูงขึ้นที่ประมาณ 180,000 คน คาดว่าจะสร้างรายได้เข้าประเทศไม่ต่ำกว่า 13,500 ล้านบาท สอดคล้องกับที่สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง คาดการณ์ในมุมเศรษฐกิจไว้ว่า การเปิดประเทศและการที่ธุรกิจหลายสาขาได้รับการผ่อนคลายจากมาตรการล็อกดาวน์ จะทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจดีขึ้น โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์ COVID-19 คลี่คลาย เศรษฐกิจไทยจะขยายตัวได้ร้อยละ 4 ภายในปี 2565

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การเดินทางระหว่างประเทศเริ่มชะลอตัวอีกครั้งเมื่อเข้าสู่เดือนมกราคม 2565 หลังจากที่พบการแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอไมครอนในประเทศไทย ส่งผลให้ภาครัฐยกระดับมาตรการป้องกันการระบาดของโรค COVID-19 โดยทันที ไม่ว่าจะเป็นการปรับมาตรการการเดินทางเข้าประเทศไทย ระงับการลงทะเบียนของนักท่องเที่ยวประเภท Test & Go รวมถึงการขยายเวลา Work from Home สำหรับหน่วยงาน องค์กร และบริษัทต่างๆ ทำให้ภาคธุรกิจเอกชนที่มีแนวโน้มดีขึ้นในช่วงปลายปี 2564 ตกอยู่ในภาวะหยุดนิ่งอีกครั้ง ทั้งนี้ ข้อมูลจากสมาคมโรงแรมไทย ระบุว่า อัตราการเข้าพักของธุรกิจโรงแรมเฉลี่ยทั่วประเทศในเดือนมกราคม 2565 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 ใกล้เคียงอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเมื่อเดือนตุลาคม 2564 หรือช่วงที่ยังไม่มีมาตรการเปิดประเทศ

ลุ้นไมซ์ไทยปรับตัวดีขึ้นช่วงครึ่งหลังปี 2565 และคาดว่าจะเข้าสู่ภาวะปกติในปี 2568

แม้ว่านับตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 รัฐบาลจะมีการผ่อนคลายมาตรการเดินทางเข้าประเทศไทย โดยเปิดระบบลงทะเบียนนักท่องเที่ยวประเภท Test & Go แต่เนื่องจากบางประเทศต้นทางยังมีนโยบายต้องกักตัวขากลับ ส่งผลให้ตลาดไมซ์ต่างชาติ คาดว่า จะกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งช่วงครึ่งหลังของปี 2565 หรือจนกว่าจะมีการปรับ COVID-19 ให้เป็นโรคประจำถิ่น ซึ่งตามมติคณะกรรมการโรคติดต่อแห่งชาติ จะประกาศเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2565

ดังนั้น ช่วงสองไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2565 (ตุลาคม 2564 - มีนาคม 2565) สสปน. จึงเน้นเจาะกลุ่มตลาดไมซ์ต่างชาติที่เป็นระยะใกล้ (Short-Haul) และมีความพร้อมในการเดินทางก่อน เช่น อินเดีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และไต้หวัน รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ ทั้งนี้ สถิติของนักเดินทางไมซ์ภายในประเทศช่วงครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2565 พบว่า มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในประเทศทั้งหมด 2,302,352 คน ลดลงร้อยละ 33 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา แต่สร้างรายได้ 7,598 ล้านบาท เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 1 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้จำนวนผู้เข้าร่วมงานไมซ์ลดลง ได้แก่ ข่าวสารการระบาดของ COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอนในประเทศไทย การยกเลิกมาตรการ Test & Go ชั่วคราว และการพบผู้เสียชีวิตจากสายพันธุ์ดังกล่าวในประเทศไทยเมื่อเดือนมกราคม 2565

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสถิติของจำนวนนักเดินทางไมซ์จะลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา แต่เมื่อพิจารณาถึงตัวเลขด้านรายได้แล้ว กลับพบว่ามีจำนวนรายได้จากนักเดินทางไมซ์ที่เพิ่มสูงขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ คาดว่าเป็นผลมาจาก สสปน. กระตุ้นให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศผ่านแคมเปญต่างๆ อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงภาครัฐมีมาตรการผ่อนคลายโดยประเมินตามสถานการณ์จริงอยู่เป็นระยะๆ จึงเพิ่มความยืดหยุ่นและช่วยให้ผู้จัดงานสามารถดำเนินกิจกรรมไมซ์ต่อไปได้ อย่างไรก็ดี ผลจากความก้าวหน้าในการฉีดวัคซีน COVID-19 การจัดงานที่ปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติการจัดงานไมซ์อย่างเข้มงวด ได้สร้างความเชื่อมั่นให้ฟื้นคืน และในช่วงปลายของไตรมาสที่ 2 มีการจัดงานไมซ์ขนาดใหญ่หลายงาน จึงคาดว่าสถานการณ์ไมซ์จะปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปีงบประมาณ 2565 และคาดว่าจะเข้าสู่ภาวะเกือบปกติในปี 2568 ร้อยละ 80

การเดินทางเชิงธุรกิจทั่วโลก มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในแต่ละเดือน

ไม่เพียงแต่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่ค่อยๆ พลิกฟื้นจากภาวะโรคระบาดที่ยืดเยื้อและยาวนาน แต่อุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกก็กำลังอยู่ในภาวะพลิกฟื้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ จากการสำรวจของ GBTA (The Global Business Travel Association) ชี้ให้เห็นว่า การเดินทางเชิงธุรกิจมีแนวโน้มที่จะดีขึ้นนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2565 ผลการสำรวจครั้งนี้ มาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นสมาชิกของ GBTA และผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการเดินทางเชิงธุรกิจทั่วโลก จำนวน 461 คน ระหว่างวันที่ 7-14 กุมภาพันธ์ 2565

ประเด็นที่น่าสนใจของการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การเดินทางเชิงธุรกิจมีทิศทางที่สดใสขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความเห็นว่า พนักงานในบริษัทของตนเอง “มีความเต็มใจ” หรือ “เต็มใจอย่างมาก” ที่จะเดินทางไปทำธุรกิจท่ามกลางสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 82 เมื่อเปรียบเทียบกับผลสำรวจเดือนมกราคมอยู่ที่ร้อยละ 64

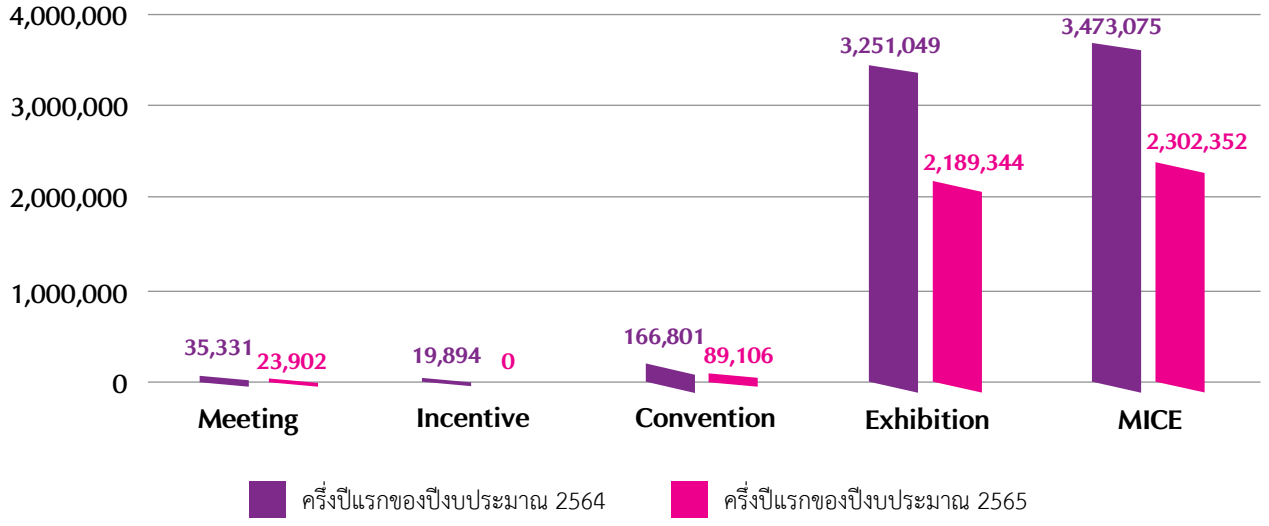
ด้านข้อจำกัดในการเดินทางเข้าประเทศสำหรับนักธุรกิจไมซ์ พบว่าร้อยละ 46 ยอมรับมาตรการจำกัดในการเดินทาง ส่วนร้อยละ 34 มองว่า ข้อกำหนดจำกัดการเดินทางเข้มงวดมากเกินไป ส่วนการรับรองหลักฐานการฉีดวัคซีนเป็นเรื่องที่ควรสนับสนุน ร้อยละ 76 สำหรับผู้คนที่ไม่เห็นด้วยกับมาตรการกักตัว คิดเป็นร้อยละ 67 และร้อยละ 62 ไม่เห็นด้วยกับการออกมาตรการห้ามเดินทาง

อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของการเดินทางในประเทศและในภูมิภาคทั่วโลกเมื่อไม่นานมานี้ ทำให้การเดินทางถูกจำกัดสูงถึงร้อยละ 79 อีกร้อยละ 23 มองว่าส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก และร้อยละ 51 ต้องใช้เวลาอย่างน้อยสามเดือนหรือมากกว่านั้นเพื่อทำให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทกลับมาเป็นปกติ หลังจากมีการยกเลิกข้อจำกัดด้านการเดินทางแล้ว

นอกจากนี้ การเดินทางในโลกยุคหลัง COVID-19 จะกลายเป็น “การเดินทางแบบผสมผสาน” หรือ “Bleisure” หรือการเดินทางเชิงธุรกิจ (Business) ผนวกกับการพักผ่อน (Leisure) ผลจากการสำรวจ พบว่า ร้อยละ 82 พนักงานในบริษัทสนใจเท่ากับช่วงก่อนเกิดโรคระบาด ร้อยละ 53 ให้ความสนใจอย่างมาก และร้อยละ 29 ให้ความสนใจเทรนด์การเดินทางดังกล่าว

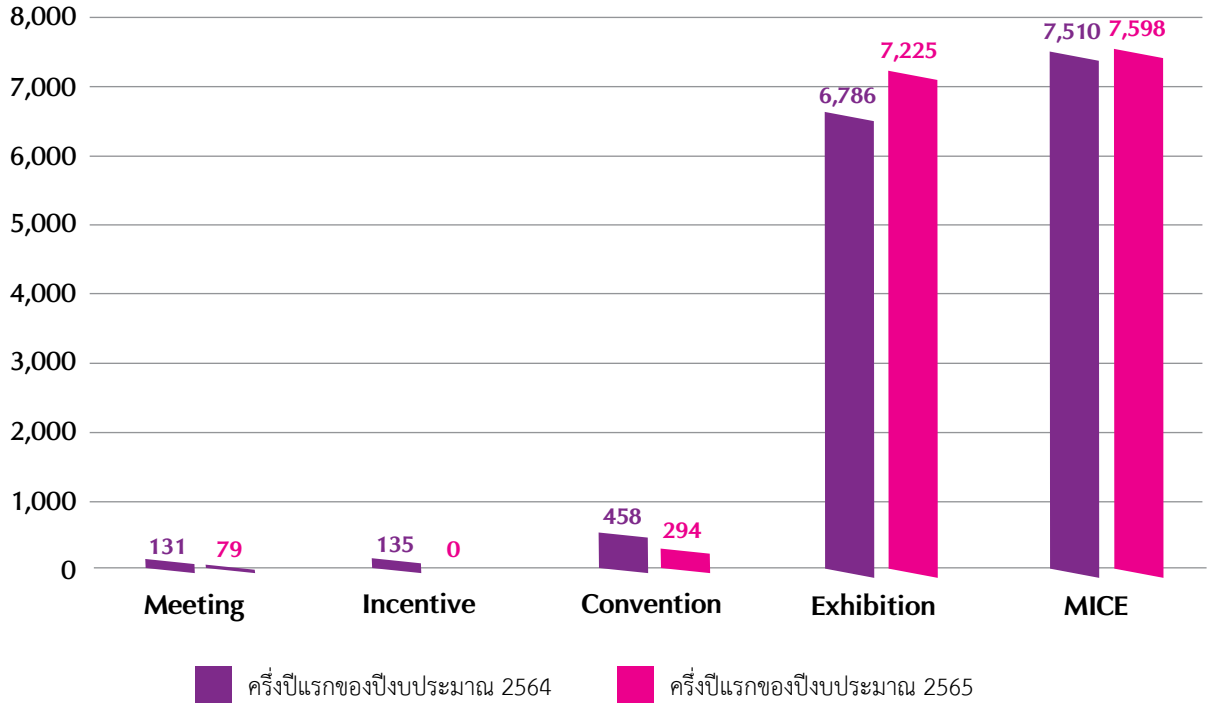
จำนวนนักเดินทางไมซ์ในประเทศ (คน)

จำนวนนักเดินทางไมซ์ในประเทศ (เปรียบเทียบครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2564 และ 2565)



รายได้จากนักเดินทางไมซ์ในประเทศ (ล้านบาท)

(เปรียบเทียบครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2564 และ 2565)



บทที่ 4

ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของ สสปน.

ยุทธศาสตร์ที่ 1
ขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์

สสปน. คว้าชัยประมูลสิทธิ์งานเมกะอีเวนท์ระดับโลก และเตรียมจัด 2022 Thailand MICE Familiarization Trip ต้อนรับไมซ์ต่างชาติ

การแพร่ระบาดของ COVID-19 สายพันธุ์โอไมครอนช่วงปลายปี 2564 ส่งผลกระทบต่อการเปิดประเทศรับนักเดินทางไมซ์ต่างชาติ รวมถึงทำให้งานอีเวนท์หลายงานต้องเลื่อนการจัดออกไป เนื่องจากความกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดซ้ำ สสปน. ในฐานะหน่วยงานด้านการตลาด ยังคงเฝ้าระวังการกลับมาของสถานการณ์ COVID-19 อย่างใกล้ชิด ขณะเดียวกันก็เดินหน้าการประมูลสิทธิ์งานสำหรับอนาคตอย่างเต็มกำลัง เพื่อดึงงานไมซ์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกเข้าสู่ประเทศไทย และเตรียมจัดงานทันทีเมื่อสถานการณ์ในประเทศพร้อม

สำหรับการดำเนินการประมูลสิทธิ์ในครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2565 (ตุลาคม 2564-มีนาคม 2565) ประเทศไทยได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานเมกะอีเวนท์ระดับโลกแล้ว จำนวน 1 งาน คือ มหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดอุดรธานี โดยมีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์รับเป็นเจ้าภาพจัดงานในปี 2569 สำหรับงานที่อยู่ในระหว่างการประมูลสิทธิ์ ประกอบด้วย งานเมกะอีเวนท์ จำนวน 2 งาน ได้แก่ มหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดนครราชสีมา และงาน Specialised Expo หรือ Expo 2028, Phuket-Thailand งานประชุมนานาชาติ จำนวน 3 งาน ได้แก่ The 2025 Annual Meetings of the World Bank Group and the International Monetary Fund, World Water Forum 2027 และ World Energy Congress 2028

การช่วงชิงโอกาสระดับสากลเพื่อให้ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดงานที่มีชื่อเสียงระดับโลก เป็นการทำงานเชิงรุกของ สสปน. ตามแนวนโยบายในปี 2565 ที่ส่งเสริมให้เกิดการจัดงานภายในประเทศ โดยเฉพาะการดึงงานระดับโลกลงสู่ภูมิภาค ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนา ยกระดับ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งของพื้นที่จัดงาน และของประเทศในทุกมิติ

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลานี้ที่การเดินทางระหว่างประเทศยังมีข้อจำกัด สสปน. ก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ เดินหน้ารุกตลาดไมซ์ต่างชาติ โดยการจัดกิจกรรม “2022 Thailand MICE Familiarization Trip” เตรียมเชิญกลุ่มไมซ์จาก 10 ประเทศทั่วโลก จำนวน 40 คน ทั้งกลุ่มสมาคม องค์กร และผู้วางแผนการจัดงาน โดยมุ่งเน้นตลาดการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) และการจัดประชุม (Meeting and Convention) เป็นหลัก พร้อมพาชมสถานที่รองรับการจัดงานในประเทศไทย ตลอดจนแนะนำผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ New Normal หรือเทรนด์ใหม่ๆ ของโลก

กิจกรรมฯ ดังกล่าว จะเป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายรองรับการจัดงานประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้ ได้เลื่อนการจัดกิจกรรมฯ จากปลายเดือนมีนาคมเป็นช่วงเดือนเมษายน 2565

“บทบาทหลักของ สสปน. คือ การให้ความร่วมมือ (Collaboration), การอำนวยความสะดวก (Facilitation) และให้การสนับสนุน (Support) เราเป็นแกนกลางที่ทำงานร่วมกับภูมิภาค เพราะฉะนั้น ในระหว่างที่ประเทศกำลังพลิกฟื้น เราไม่ได้อยู่นิ่ง ยังคงเดินหน้าการประมูลสิทธิ์ ซึ่งผลสำเร็จของ สสปน. คือ ชนะการประมูลสิทธิ์หรือทำให้ประเทศไทยมีส่วนในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลก”

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ยุทธศาสตร์ 2
กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์

สสปน. ดึงสามงานใหญ่ระดับโลกมาจัดในไทย มุ่งกระตุ้นเศรษฐกิจบนพื้นที่สามเมืองไมซ์

การประกาศให้ประเทศไทยได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดอุดรธานี (ประเภท B) เมื่อวันที่ 8 มีนาคมที่ผ่านมา นับเป็นอีกก้าวของ สสปน. ในฐานะ National Bidder ของไมซ์ไทยที่สามารถช่วงชิงโอกาสระดับสากล ดึงงานสำคัญระดับโลกเข้ามาจัดในประเทศได้สำเร็จ

มหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดอุดรธานีในปี 2569 ไม่เพียงแต่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาด้านต่างๆ ในจังหวัดเจ้าภาพ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน การลงทุน และการพัฒนาในธุรกิจไมซ์เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัด ซึ่งคิดเป็นเงินสะพัดกว่า 32,000 ล้านบาท สร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมูลค่า (GDP) 20,000 ล้านบาท สร้างรายได้จากการจัดเก็บภาษีภาครัฐ 7,700 ล้านบาท และส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานอีก 81,000 ตำแหน่ง

อย่างไรก็ตาม การดึงงานระดับนานาชาติเข้ามาจัดในประเทศไทย เป็นบทบาทหลักที่ สสปน. ได้ดำเนินการมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปีงบประมาณ 2565 ซึ่งเป็นช่วงที่รัฐบาลเปิดให้มีการเดินทางระหว่างประเทศ สสปน. เดินหน้าชิงงานระดับเมกะอีเวนท์เข้ามาจัดในประเทศไทยให้ได้มากที่สุดตามแผนยุทธศาสตร์เชิงรุกของนายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการ สสปน.

ปัจจุบัน นอกเหนือจากงานมหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดอุดรธานี (ประเภท B) ที่ชนะการประมูลสิทธิ์ ยังมีอีกสองงานใหญ่ที่อยู่ในระหว่างดำเนินการยื่นประมูลสิทธิ์ ได้แก่ งานมหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดนครราชสีมา (ประเภท A1) ปี 2572 และงานเอ็กซ์โปวาระพิเศษ (Specialised Expo) ปี 2571 หรือ “EXPO 2028, Phuket-Thailand” ซึ่งเป็นงานมหกรรมการแสดงนวัตกรรมและการพัฒนาระดับโลก โดยจัดมาแล้วทั้งหมด 35 ครั้งทั่วโลก

สำหรับการจัดงานใหญ่ระดับโลกทั้งสามงาน สสปน. ทำงานร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และเมืองไมซ์อีกสามแห่ง ได้แก่ อุดรธานี นครราชสีมา และภูเก็ต ภายใต้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หอการค้าและสภาอุตสาหกรรม ซึ่งหากได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพในการจัดงานทั้งหมด จะส่งผลทางเศรษฐกิจโดยรวมก่อให้เกิดเงินสะพัดกว่า 100,174 ล้านบาท สร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมูลค่า (GDP) 68,520 ล้านบาท สร้างรายได้จากการจัดเก็บภาษีภาครัฐ 20,641ล้านบาท และส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานอีก 230,442 ตำแหน่ง

นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากร การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศในอนาคตโดยเฉพาะด้านการเกษตรและสาธารณสุข ทั้งยังก่อให้เกิดพื้นที่ทางเศรษฐกิจใหม่ๆ จากการพัฒนาพื้นที่หลังการจัดงาน ขณะเดียวกัน ยังส่งเสริมด้านภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของเมืองเจ้าภาพ และความเชื่อมั่นให้ประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางการจัดงานที่มีศักยภาพอันโดดเด่นในภูมิภาคเอเชีย

3 งานระดับเมกะอีเวนท์ที่ สสปน. ยื่นขอประมูลสิทธิ์ปี 2565

มหกรรมพืชสวนโลก จังหวัดอุดรธานี (ประเภท B)

- ยื่นเสนอตัวในนามจังหวัดอุดรธานี
- พื้นที่จัดงานบริเวณอำเภอเมือง 1,030 ไร่
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสมาคมพืชสวนแห่งประเทศไทย รับเป็นเจ้าภาพ
- จำนวนผู้เข้าร่วมงานประมาณ 3.6 ล้านคนทั่วโลก
- ระยะเวลาจัดงาน 1 พฤศจิกายน 2569 -14 มีนาคม 2570 (134 วัน)

มหกรรมพืชสวนโลก จังหวัดนครราชสีมา (ประเภท A1)

- ยื่นเสนอตัวในนามประเทศไทย
- พื้นที่จัดงานบริเวณอำเภอคง 678 ไร่
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสมาคมพืชสวนแห่งประเทศไทย รับเป็นเจ้าภาพ
- จำนวนผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2.6 ล้านคนทั่วโลก
- ระยะเวลาจัดงาน 10 พฤศจิกายน 2572 - 28 กุมภาพันธ์ 2573 (110 วัน)

มหกรรมการแสดงนวัตกรรมและการพัฒนาระดับโลก Specialised Expo หรือ EXPO 2028 Phuket

- ยื่นเสนอตัวในนามจังหวัดภูเก็ต
- พื้นที่จัดงาน ภายใต้การดูแลของโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต รวม 141 ไร่
- กระทรวงสาธารณสุขและจังหวัดภูเก็ต รับเป็นเจ้าภาพ
- จำนวนผู้เข้าร่วมงานประมาณ 4.92 ล้านคนทั่วโลก
- ระยะเวลาจัดงาน สิงหาคม-ตุลาคม 2571 (3 เดือน)

ยุทธศาสตร์ที่ 3
ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยและ สสปน.

Thailand International Health Expo 2022 ครั้งแรกของปี 2565 ชูภาพลักษณ์ไทยในฐานะผู้นำอุตสาหกรรมการแพทย์

เมื่อประเทศไทยเปิดรับนักเดินทางจากทั่วโลกตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย. 2564 ไมซ์ไทยก็ขานรับการจัดกิจกรรม และการจัดงานทั้งในรูปแบบไฮบริดและออนไลน์ สสปน. ในฐานะหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ ประเดิมจัดงานใหญ่ของปี 2565 “Thailand International Health Expo 2022” หรือมหกรรมด้านการแพทย์และสาธารณสุขระดับโลก ภายใต้แนวคิด “สร้างสุขภาพ เสริมเศรษฐกิจ เพื่อคุณภาพชีวิตประชาชน” เมื่อวันที่ 17-20 มีนาคม 2565 ณ รอยัล พารากอน ฮอลล์ ชั้น 5 ศูนย์การค้าสยามพารากอน กรุงเทพฯ

Thailand International Health Expo 2022 เป็นการสร้างงานแรกของปีภายใต้แนวทาง “หนึ่งกระทรวง หนึ่งงานนิทรรศการ” (One Ministry One Expo) โดยกระทรวงสาธารณสุข รับเป็นเจ้าภาพ ร่วมกับ สสปน. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เนื่องจากอุตสาหกรรมการแพทย์และสาธารณสุข เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่รัฐบาลส่งเสริม มีมูลค่าในเชิงธุรกิจสูง และประเทศไทยมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับในอันดับต้นๆ ของโลก

การจัดงานฯ ครั้งนี้ จึงเป็นการแสดงให้เห็นถึงความพร้อม ความสามารถ และความก้าวหน้าทางการแพทย์และการสาธารณสุขของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายสำคัญของการจัดงานในอุตสาหกรรมดังกล่าว ทั้งยังสอดรับกับนโยบายภาครัฐที่ต้องการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์และสาธารณสุขของโลก (Medical and Wellness Hub) และมุ่งให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ของอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2568 ตามนโยบาย Thailand 4.0

ทั้งนี้ ภายในงาน สสปน. ได้จัดแสดงพาวิลเลี่ยน ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ “การจัดงานอย่างไรให้ปลอดภัยและได้ธุรกิจ” ภายใต้แนวคิด 2HY (Hygiene & Hybrid) โดยยกตัวอย่างการจัดงานจริงที่ประสบความสำเร็จ ในเรื่องของการจัดงานอย่างปลอดภัยควบคู่กับนำเทคโนโลยีมาใช้จัดงาน พร้อมจัดแสดงระบบนิเวศเพื่อการจัดงานไมซ์อย่างปลอดภัย ตั้งแต่การเปิดเมืองไมซ์ปลอดภัย สถานที่จัดงานปลอดภัย และแนวปฏิบัติการจัดงานไมซ์อย่างปลอดภัย ตลอดจนนำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดงาน อาทิ แอปพลิเคชัน Biz Connect และ Thai MICE Connect (https://www.thaimiceconnect.com) ที่รวมข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับการจัดงานไว้ในแพลตฟอร์มเดียว

ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการจัดงาน Thailand International Health Expo 2022

จำนวนผู้เข้าร่วมงาน
17,217 คน
(เข้าชมในระบบออนไลน์ 61,795 คน)

จำนวนคู่เจรจาธุรกิจ
200 คู่
(เจรจาในระบบออนไลน์ 241 คู่)

มูลค่าการจัดงาน
(เงินหมุนเวียนที่เกิดขึ้นจากงบประมาณการจัดงานและการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงาน)
54.41 ล้านบาท

*หมายเหตุ : ผู้เข้าร่วมงานมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 1,466 บาท/วัน และมีระยะเวลาเข้าร่วมงานเฉลี่ยคนละ 1.12 วัน

มูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจ
(รวมมูลค่าทางตรงและทางอ้อม)
142.40 ล้านบาท

มูลค่าเพิ่มจากการจัดงาน
(มูลค่าเพิ่มที่เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ)
121.14 ล้านบาท

ภาษีมูลค่าเพิ่ม
(รายได้จากภาษีที่รัฐได้รับ)
9.77 ล้านบาท

จำนวนการจ้างงาน
(จำนวนการจ้างงานเต็มเวลาจากค่าจ้างที่เกิดขึ้น)
220 คน

ยุทธศาสตร์ที่ 4
เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

ศูนย์ประสานงานไมซ์ออนไลน์แห่งแรกของไทย www.thaimiceoss.com เสริมแกร่งให้อุตสาหกรรมไมซ์

นโยบายเปิดประเทศของรัฐบาลเมื่อปลายปี 2564 ทำให้ไมซ์ไทยค่อยๆ ฟื้นตัวจากภาวะซบเซาของสถานการณ์ COVID-19 ที่ยืดเยื้อยาวนานมากว่าสองปี และนับจากนี้เป็นต้นไป อุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกจะมีการแข่งขันที่เข้มข้น ดุเดือด และช่วงชิงโอกาสในระดับสากล เนื่องจากแต่ละประเทศต้องเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติให้กลับมาแข็งแกร่งโดยเร็ว

การพยายามรักษาสถานะทางการตลาด เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ทั้งด้านข้อมูล ข่าวสาร และการให้บริการ จึงเป็นกลยุทธ์เชิงรุกที่ช่วยผูกใจลูกค้าเก่า สร้างฐานลูกค้าใหม่ และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ยุคหลัง COVID-19

ครั้งนี้ สสปน. ในฐานะหน่วยงานด้านการตลาดของไมซ์ไทย ได้ปรับเปลี่ยนบทบาทครั้งสำคัญ จากเดิมที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนไปสู่การเป็นผู้อำนวยความสะดวกสำหรับการจัดงานไมซ์ โดยจัดตั้งศูนย์ประสานงานอุตสาหกรรมไมซ์ (Thailand MICE One Stop Service) ในรูปแบบออนไลน์ครั้งแรกผ่านเว็บไซต์ www.thaimiceoss.com เพื่อให้ผู้ประกอบการไมซ์ ทั้งในและต่างประเทศให้ดำเนินงานได้อย่างสะดวกราบรื่น ไม่ว่าจะเข้ามาประชุมวิชาการ จัดการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล รวมถึงการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย

ทั้งนี้ www.thaimiceoss.com เป็นการรวบรวมข้อมูลและกฎระเบียบข้อบังคับของภาครัฐทั้งหมด 14 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ อาทิ การนำเข้าสิ่งของที่จะใช้ในกิจกรรมต่างๆ การขอวีซ่า การขอใบอนุญาต พิธีการศุลากร การชำระภาษี หรือการนำเข้าสินค้า ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก รวมไปถึงอัปเดตสถานการณ์ความเคลื่อนไหว และมาตรการต่างๆ ในประเทศไทยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

อย่างไรก็ตาม การเปิดศูนย์ประสานงานฯ นี้ เป็นวาระสำคัญของประเทศไทย ที่ สสปน. เป็นผู้ริเริ่มและผลักดันมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน www.thaimiceoss.com เปิดให้บริการใช้งานอย่างเป็นทางการแล้ว คาดว่าจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยคลี่คลายปัญหาด้านข้อมูลให้กับผู้ประกอบการได้อย่างดีเยี่ยม ช่วยลดข้อจำกัดในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ ก่อให้เกิดมูลค่าการซื้อขาย พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจไทยให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง

ยุทธศาสตร์ที่ 5
พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

สสปน. กวาดรางวัลด้านองค์กรดีเด่น พร้อมนำทัพที่แข็งแกร่ง สร้างชื่อให้ไมซ์ไทย

สสปน. เป็นหน่วยงานรัฐ ที่มุ่งยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ทุกด้าน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่ตอบสนองความต้องการของนักเดินทางไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ได้มากที่สุด ขณะเดียวกันการดำเนินงานภายในองค์กร ก็มุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และพร้อมขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลง

อย่างไรก็ตาม การดำเนินกิจการในฐานะองค์กรภาครัฐ สสปน. มีเจตนารมณ์ที่มุ่งมั่นในการเป็นองค์การมหาชนต้นแบบที่ยึดหลักธรรมาภิบาล เน้นความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และตรวจสอบได้ ซึ่งยืนยันได้จากผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ประจำปี 2564 (ITA Awards 2021) โดย สสปน. ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติ ประเภทที่ 4 ด้วยคะแนน 95.01 หรือระดับ AA (ดีเลิศ) ซึ่งสูงกว่าคะแนนเมื่อปี 2563 ที่ 93.75

การดำเนินงานตามแนวนโยบายของภาครัฐ และให้ความสำคัญกับทุกภาคส่วนด้วยความเชื่อมั่นในทุกศักยภาพที่มี เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับไมซ์ไทย ทำให้ สสปน. ได้รับรางวัล Siamrath Online Award 2020 ประเภทเอกชน รัฐบาล รัฐวิสาหกิจ ในฐานะ “หน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ดีเด่น” ซึ่งเป็นรางวัลที่รวบรวมข้อมูลจากกระแสความนิยมในโซเชียลมีเดียของประชาชนตลอดระยะเวลาหนึ่งปีเต็ม

นอกจากนี้ ยังพิสูจน์ถึงการเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศชาติ ไม่ว่าจะอยู่ในสภาวะปกติหรือสถานการณ์แห่งความท้าทายจากโรคระบาด COVID-19 ด้วยรางวัลองค์กรดีเด่นประจำปี 2564 สาขาองค์กรที่ทำคุณประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ จากโครงการหนึ่งล้านกล้าความดีตอบแทนคุณแผ่นดิน โดยมูลนิธิเพื่อสังคมไทย และรางวัลอันดับที่ 1 บริษัทที่น่าเชื่อถือที่สุดของกลุ่มองค์การมหาชน จากผลสำรวจสุดยอดองค์กร 2021 Thailand's Most Admired Company ซึ่งจัดทำโดยนิตยสารแบรนด์เอจ ทั้งนี้ สสปน. ได้คะแนน 7.09 คะแนน ซึ่งสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จาก 10 ขององค์การมหาชนในประเทศไทย

อย่างไรก็ดี นอกเหนือไปจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่เป็นพันธกิจหลัก สสปน. ยังทำงานสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยในระดับโลก สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้จัดงานและนักเดินทางไมซ์ จนได้รับรางวัล M&C Asia Stella Awards 2021 หรืออันดับ 1 ของสถานที่เพื่อการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในระดับเอเชีย นอกจากนี้ จากผลสำรวจจัดอันดับ 101 เมืองทั่วโลกของบริษัท GainingEdge บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของโลกด้านอุตสาหกรรมไมซ์ กรุงเทพฯ ขยับขึ้นเป็นอันดับ 6 ของเมืองที่เป็นจุดหมายการประชุมนานาชาติของโลกประจำปี 2564 จากเดิมที่อยู่อันดับ 8 ในปี 2563

ทุกรางวัลที่ สสปน. ได้รับ ตอกย้ำถึงการดำเนินงานด้วยความมุ่งมั่น จริงจัง พร้อมปรับตัว พัฒนา และรับมือกับสถานการณ์โลกอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ ยังมั่นใจได้ว่าจะเป็นองค์กรที่สร้างความเชื่อมั่น และขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยกลับมาผงาดได้ใหม่ในเร็ววัน

บทที่ 5

โรดแมปสู่ MICE to Meet You in Thailand Year 2023

สสปน. ชูแคมเปญ MICE to Meet You in Thailand Year 2023 ต้อนรับปีแห่งการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า 2566

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการให้บริการและธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย รัฐบาลระบุให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยปรากฏในยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันเรื่องการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างแรงดึงดูดและสิ่งจูงใจให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก

สสปน. ในฐานะหน่วยงานที่ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย มีความมุ่งมั่นที่จะผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน สอดคล้องกับปี 2565 ที่รัฐบาลต้องการพลิกโฉมประเทศให้เป็น “New Chapter of Thailand” หรือ “ก้าวใหม่ไทยในช่วงหลังโควิด” จึงเดินหน้าทำการตลาดเชิงรุกอย่างเต็มกำลัง โดยเฉพาะส่งเสริมการจัดงานหรือกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศ ขณะที่ตลาดต่างประเทศเป็นการเตรียมความพร้อม เพื่อรอวันที่ประเทศเปิดให้มีการเดินทางอย่างเต็มรูปแบบ จนนำมาสู่การจัดทำแคมเปญ “MICE to Meet You in Thailand Year 2023”

“MICE to Meet You in Thailand Year 2023” แคมเปญดึงงานและนักเดินทางไมซ์มาประเทศไทย

การจัดทำแคมเปญ “MICE to Meet You in Thailand Year 2023” เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การดำเนินงานเชิงรุกของ สสปน. ที่จะช่วยหางาน สร้างเงิน ดึงนักเดินทางไมซ์จากในและต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทย ทั้งยังเป็นการเตรียมพร้อมประเทศไทยสำหรับการประกาศให้ปี 2566 เป็นปีแห่งการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าของไทย นอกจากนี้ ยังเป็นการขยายโอกาสกิจกรรมไมซ์ต่างๆ อีกมากมาย ที่จะเข้ามาภายหลังจากที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมผู้นำกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (APEC 2022) ในปีนี้หรือตั้งแต่วันที่ 14-19 พฤศจิกายน 2565

อย่างไรก็ตาม การจัดทำแคมเปญฯ ดังกล่าว มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการจัดประชุมและแสดงสินค้า ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศตลอดทั้งปี 2566 แต่ไม่ได้เป็นเพียงแคมเปญที่จัดขึ้นมาเพื่อชูภาพลักษณ์ปีแห่ง MICE หรืออุตสาหกรรมไมซ์ภายใต้การกำกับดูแลของ สสปน. เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นปีที่ทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ และเอกชน จะได้ร่วมกันชูจุดขายของอุตสาหกรรมตนเอง เพื่อดึงดูดใจนักเดินทางที่มีแนวโน้มจะกลับมาเดินทางได้มากขึ้นในปีหน้านี้

สามกลยุทธ์หลักของแคมเปญ “MICE to Meet You in Thailand Year 2023”

ทั้งนี้ สสปน. วางกลยุทธ์ในการดำเนินงานสำหรับแคมเปญ “MICE to Meet You in Thailand Year 2023” ไว้ทั้งหมด 3 เรื่องหลัก ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1. สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยการยกระดับให้ไมซ์กลายเป็นวาระแห่งชาติ กระตุ้นให้หน่วยงานรัฐดึงงานจากต่างประเทศเพื่อให้ไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลก และแต่งตั้งให้หน่วยงานต่างๆ เป็นเจ้าภาพหมุนเวียนสลับกันไป รวมถึงสนับสนุนการดึงงานและการจัดงาน เพื่อส่งเสริมให้ภาคเอกชนเป็นผู้ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์หลักของประเทศ โดยร่วมมือกับภาคเอกชนขับเคลื่อนในการดึงงานการจัดประชุมรูปแบบ Annual Global Conference ของแต่ละบริษัทให้เข้ามาจัดงานในประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 2. สร้างเงินหมุนเวียน กระจายรายได้ทุกภูมิภาค เช่น เพิ่มการจัดงานไมซ์ในระดับภูมิภาคโดยเฉพาะกำหนดให้เป็นภารกิจของจังหวัด เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ต่างจังหวัด จากเดิมที่มุ่งเน้นการจัดงานในพื้นที่ส่วนกลางหรือกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ สสปน. ยังมีแผนสนับสนุนให้ยกระดับงานไมซ์โดยการสร้างและดึงงานอีเวนต์ระดับโลกเข้ามาจัดในประเทศไทยให้ได้มากที่สุด

รวมไปถึงส่งเสริมให้มีการจัดงาน “Thailand Expo” (One Ministry One Expo) ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยการสร้างงานนิทรรศการ “Thailand Expo” ผลักดันให้ประเทศเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน Expo โดยในระยะ 3 ปีแรก จะมีการกำหนดให้กระทรวงเป็นเจ้าภาพภายใต้ธีมงานที่กำหนดไว้ และผลักดันให้จังหวัดเป็นผู้ร่วมสนับสนุน เพื่อให้เกิดการแข่งขันในการขอสิทธิ์เป็นเจ้าภาพ ตลอดจนผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐจัดประชุมสัมมนาโดยใช้บริการและสถานที่ของภาคเอกชน เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 3. ยกระดับและพัฒนาปัจจัยสนับสนุน เช่น การเปิดให้บริการ One Stop Service for MICE หรือศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ ทั้งการให้ข้อมูลเชิงลึก การบริการ และอำนวยความสะดวกสำหรับการประกอบธุรกิจไมซ์ในการนำสินค้าเข้า-ออกเพื่อการจัดงาน ครอบคลุมไปถึงการเปิดให้บริการ MICE Lane, Travel Facilitation Service, Free Visa, E-visa

นอกจากนี้ ยังผลักดันมาตรการส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการไมซ์ในการปรับปรุงสถานที่ และพัฒนาการให้บริการ ตลอดจนบูรณาการส่งเสริมการตลาด “MICE in Thailand Year 2023” ในระดับนานาชาติร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรทุกภาคส่วนภายใต้ Thai Team/Team Thailand เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานสูงสุด

การเตรียมพร้อมของ สสปน. ต่อแคมเปญ “MICE to Meet You in Thailand Year 2023”

การดำเนินงานในปีนี้สำหรับแคมเปญ “MICE to Meet You in Thailand Year 2023” สสปน. เตรียมความพร้อมโดยการจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ สร้างพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งจัดประชุมร่วมกับผู้ประกอบการ รวมถึงจัดทำข้อตกลงร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังออกมาตรการจัดระเบียบอีเวนต์สำหรับสถานการณ์ COVID-19 เพื่อสร้างความมั่นใจและปลอดภัยสำหรับการจัดงานให้มากที่สุด

อย่างไรก็ดี การวางแผนพัฒนาบุคลากร โครสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และนวัตกรรมในการจัดงานยังเป็นสิ่งที่ สสปน. ไม่ได้มองข้าม เนื่องจากเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ยังมุ่งเน้นในเรื่องการจัดทำแคมเปญโฆษณา และประชาสัมพันธ์แคมเปญฯ ดังกล่าว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทั้งในระดับประเทศและนานาชาติอีกด้วย

ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับ

การจัดทำแคมเปญ “MICE to Meet You in Thailand Year 2023” ที่จะเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในปี 2566 จะส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงบวก ทั้งในแง่การกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เกิดรายได้จากภาษีที่รัฐได้รับจากการจัดงาน เกิดการจ้างงานหรือ Employment Rate สูงขึ้น นอกจากนี้ ยังส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจและการลงทุนที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืนทั้งของภาคอุตสาหกรรมและการบริการแขนงต่างๆ ช่วยให้ประเทศก้าวผ่านรายได้ปานกลางจากการบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม รวมไปถึงการเติบโตของจำนวนงานไมซ์ที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ซึ่งส่งผลเชื่อมโยงต่อการเติบโตด้านการส่งออก และการมีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มมากขึ้น ที่สำคัญ ยังช่วยตอกย้ำภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและแสดงสินค้าในเอเชีย

TCEB
THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น 25, 26 ยูนิต เอ2 บี1 และ บี2
เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวง/เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ 0-2694-6000 โทรสาร 0-2658-1411
www.tceb.or.th