

เจตนารมณ์ร่วมของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

>> *Moving Forward Together* >>

WHITE PAPER





THAILAND

THAILAND

THAILAND

THAILAND

Oriental Events

indonesia
the philippines

THAILAND

THAILAND

THAILAND

THAILAND

คำนำ

“White Paper เจตนารมณ์ร่วมของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย” จัดทำขึ้นโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือสสปน. ภายใต้การบริหารองค์กรของผู้อำนวยการ สสปน. นายอรรถพล ศรีสุชาติ เอกสารฉบับนี้มีความตั้งใจที่จะวางรากฐานที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไว้เป็นแนวคิดของการบริหารและการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมไมซ์ในระยะต่อไป โดยให้คำนึงถึงบทบาทความสำคัญ และศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ที่สร้างเม็ดเงินเข้าประเทศสูงถึงกว่าร้อยละ 10 ของรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อันจะมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาคการท่องเที่ยวและภาคบริการให้แข็งแกร่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสู่การเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืน

สสปน. ได้ตระหนักถึงความเร่งด่วนในการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ให้กับภาคอุตสาหกรรมไมซ์ หลังจากเกิดวิกฤตการณ์การเมืองช่วงเดือนมีนาคม - มิถุนายน 2553 ส่งผลให้มีการปิดการจราจรในพื้นที่ ถนนราชประสงค์ และการปิดให้บริการชั่วคราวของโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าว ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ และความไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทางมายังประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาขาบริการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งตลอดช่วงปีงบประมาณ 2553 ที่ผ่านมา สสปน. ได้เร่งผลักดัน และพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยกลยุทธ์เชิงรุก เน้นการรับฟังความคิดเห็นของภาคเอกชน และหน่วยงานทุกภาคส่วน เพื่อนำข้อมูลมาถ่วงถ่วง วิเคราะห์ประกอบการกำหนดกรอบนโยบาย การวางกลยุทธ์ทางการตลาด หรือแม้แต่การร่วมมือกันหาแนวทาง ปรับยุทธวิธี เพื่อเร่งพลิกฟื้นเศรษฐกิจชาติในช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์ทางการเมือง รวมทั้งยังเป็นสื่อกลางในการร่วมหารือระดมความคิดเห็น เพื่อเสนอของบประมาณต่อรัฐบาล เพื่อเร่งกระตุ้น และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สามารถฝ่าฟัน วิกฤตต่างๆ โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะนำพาประเทศไทยให้เป็นจุดหมายหลักของไมซ์แห่งภูมิภาคเอเชีย ดังนั้นในปีงบประมาณ 2553 นี้ จึงถือได้ว่าเป็นปีที่สสปน. ได้เข้าไปมีบทบาทในการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไมซ์อย่างใกล้ชิดและมากที่สุด ในหลากหลายมิติ และหลากหลายโครงการ ภายใต้กลยุทธ์หลัก คือ **การดึงดูดงาน (Win)** ดำเนินการเชิงรุกโดยมุ่งเน้นที่การประมูลสิทธิ์และการดึงดูดงานเข้าประเทศ **การประชาสัมพันธ์ (Promote)** เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ และส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ และ **การพัฒนา (Develop)** เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย



สาระในเอกสารฉบับนี้ สสปน. ได้รวบรวมมาจากข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับระดมความคิดเห็นจากการจัดงาน MICE Summit เพื่อระดมความคิดของสุดยอดผู้นำด้านต่างๆ ในภาคอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ให้ผ่านพ้นวิกฤต โดยได้ข้อสรุปของกรอบแนวทางจัดทำโรดแมป (Road Map) แผนการทำงานเพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย จากนั้นได้นำกรอบแนวทางฯ ดังกล่าวไปผ่านกระบวนการสอบถามความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้องจากองค์กรภาคเอกชน และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นที่มาของการจัดทำ White Paper ที่มุ่งต่อยอดผลประโยชน์ของกรอบแนวคิดความร่วมมือในการวางแผนอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกันระหว่างสสปน. และภาคเอกชน รวมถึงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถือเป็นครั้งแรกของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่ทุกฝ่ายทุกภาคส่วนจะได้มาร่วมกันกำหนดแผนและกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในเชิงบูรณาการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการพัฒนาให้สามารถเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม สสปน. ได้กำหนดกรอบนโยบายแนวทางของแผนยุทธศาสตร์และจัดสรรงบประมาณปี 2554 ของสสปน. โดยสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ที่กลั่นกรองร่วมกันระหว่าง สสปน. และภาคเอกชน โดยเจตนารมณ์สำคัญของ สสปน. มุ่งเน้นตอบสนองต่อความต้องการ และรับฟังปัญหาของภาคเอกชนอย่างแท้จริง นำไปสู่การร่วมสร้างอุตสาหกรรมไมซ์ให้แข็งแกร่ง เพื่อมุ่งผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจชาติอย่างมั่นคงต่อไปในปี 2554 และในระยะยาวต่อไป

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่างๆ ทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรภาคเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรระหว่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ที่จะนำไปประกอบการพิจารณาการกำหนดนโยบาย การวางแผน การจัดทำโครงการ และการดำเนินการในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในปี 2554 และระยะต่อไป

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

กันยายน 2553



White Paper เจตนารมณ์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	i
สารบัญ	ii
1. วิสัยทัศน์	1
2. ประเด็นท้าทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย	1
3. วัตถุประสงค์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ	6
4. เจตนารมณ์ร่วมของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	
4.1 กระตุ้นให้เกิดการจัดประชุม สัมมนาและการจัดงานแสดง สินค้าในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นที่กลุ่ม Corporate และกระตุ้นให้เกิด Emotional Involvement	11
4.2 เพิ่มศักยภาพทางการตลาด และสร้างโอกาสในการขายแก่ อุตสาหกรรมไมซ์	15
4.3 รักษางานที่มีอยู่ในปัจจุบันโดยการประสานงานอย่างใกล้ชิด กับกลุ่มลูกค้าและมี Incentive เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจ	18
4.4 ประชาสัมพันธ์ สร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ จากภายในประเทศ สู่ระดับนานาชาติ	21
4.5 สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์กับบุคคลากรรัฐ และท้องถิ่นและองค์กรที่เกี่ยวข้อง	24
4.6 พัฒนาคณะเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระยะยาวอย่างมี ประสิทธิภาพ	27

	หน้า
4.7 ให้มีมาตรการที่เป็นรูปธรรมและสนับสนุนการแสดงความจำนง เสนอตัวเป็นเจ้าภาพโดยการจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมจาก รัฐบาลเพื่อการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเป็นเอกภาพและ เป็นรูปธรรม และปรับกระบวนการให้คล่องตัว	30
4.8 เสนอให้รัฐเป็นผู้ผลักดันการสร้างงานด้านอีเวนต์ (Event) โดยเฉพาะ Flagship Event ทั้งในและจากต่างประเทศ	32
4.9 ให้นำเสนอการจัดตั้งกองทุนสมทบของรัฐและเอกชนเพื่อ การสนับสนุนการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพ (Bidding Fund)	34
4.10 พัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งระบบเพื่อการใช้ ประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและเอกชน	36
5. แผนดำเนินงานของสสปน. ประจำปีงบประมาณ 2554	37



เจตนารมณ์ร่วม
ของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย



Conventions

นานาชาติ

พลักพื้นเศรษฐกิจ

คิด

S การจัดแสดงนิทรรศการ
สร้างสรรค์

E สร้างโอกาส

บรรยายได้

พัฒนาศักยภาพท้องถิ่น

เจตนารมณ์ร่วมของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

1. วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (ไมซ์) ในภูมิภาคเอเชีย”

2. ประเด็นท้าทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายของโลกที่เกิดขึ้นจากกระแสโลกาภิวัตน์อย่างต่อเนื่อง อันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ กฎระเบียบทางการค้าใหม่ที่มีการเปิดเสรีมากขึ้นทั้งในระดับโลก ภูมิภาค และทวีปาคี ในลักษณะการค้าข้ามพรมแดน และวิกฤตเศรษฐกิจโลกในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2551-2552 ทำให้ประเทศไทยเผชิญกับผลกระทบจากวิกฤตดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

กระแสโลกาภิวัตน์ และการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลกระทบที่สำคัญต่อทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติหรือไมซ์ โดยเฉพาะการปรับตัวของประเทศไทยกำลังพัฒนาให้สอดคล้องกับทิศทางที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อกำหนดนโยบายของภาครัฐให้เอื้อต่อการดึงดูดผู้จัดงาน และผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุม และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อเป็นการส่งเสริมการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมีดังนี้

- ผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ และค่าน้ำมันที่ผันผวน ซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนและรูปแบบของกิจกรรมให้มีความกระชับ และตรงวัตถุประสงค์ของการจัดงานมากที่สุด เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณ รวมไปถึงสถานที่จัดงานที่มีระยะการเดินทางที่ไม่ไกลมากนัก ก็จะได้เปรียบประเทศอื่น



- การตระหนักในการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากทั่วโลกเริ่มหันมาคำนึงถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงสถานการณ์ภาวะโลกร้อน และการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ประเทศที่มีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมจึงมีความน่าสนใจมากขึ้น ในการเป็นประเทศเป้าหมาย
- การขยายตัวของสายการบินแบบประหยัด (Low-Cost Airline) ปัจจุบันสายการบินแบบประหยัดได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีราคาที่ถูกกว่า และมีเส้นทางการบินที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นประเทศที่มีเส้นทาง การบินและจำนวนเที่ยวบินของสายการบินแบบประหยัดที่หลากหลาย ก็จะได้รับความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติมากขึ้น
- การขยายตัวของกลุ่มธุรกิจผู้จัดงานขนาดใหญ่ ส่งผลต่อการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจผู้จัดงานในพื้นที่ทั้งทางบกและทางลพ อีกทั้งยังส่งผลให้กลุ่มธุรกิจผู้จัดงานนานาชาติขนาดใหญ่มีอำนาจต่อรองกับประเทศเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้ความภักดีต่อประเทศเป้าหมายลดลง
- การแสวงหาสถานที่และประเทศแปลกใหม่และน่าสนใจ แนวโน้มของผู้ที่เข้าร่วมการประชุมและนิทรรศการที่ต้องการท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมมีมากขึ้น ส่งผลให้แต่ละประเทศมีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดและรองรับกับการเดินทางมาจัดประชุมและนิทรรศการมากขึ้น
- บทบาทของหน่วยงานที่มีหน้าที่จัดซื้อของกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีสูงขึ้น และมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกประเทศเป้าหมายเอง ส่งผลให้มีการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุกยังหน่วยงานที่มีหน้าที่จัดซื้อมากขึ้น

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้วิเคราะห์ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในอีก 20 ปีข้างหน้าว่า ในส่วนภาคผลิตจะมีการเชื่อมโยงกันมากขึ้นระหว่างภาคการเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยผ่านการเชื่อมโยงในระบบห่วงโซาการผลิต และการรวมตัวกันในลักษณะของคลัสเตอร์ โดยที่ภาคการเกษตรยังคงเป็นฐานการผลิตที่สำคัญที่จะเชื่อมโยงในการสร้างมูลค่าในภาคอุตสาหกรรมและบริการ

รัฐบาลภายใต้การนำของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระดับโลก โดยได้ระบุไว้ในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภาในวันที่ 29 ธันวาคม 2551 ในหัวข้อดังนี้



4.2.3.1 ขยายฐานภาคบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศ โดยเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจบริการ เพิ่มมูลค่า เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาแรงงานฝีมือทั้งในด้านคุณภาพและความรู้ด้านภาษา และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเกษตร เข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหาร และการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

4.2.3.4 พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการตลาด และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนจุดขายที่มีความโดดเด่นของไทยให้เป็นศูนย์กลางระดับโลก โดยเฉพาะความพร้อมของการให้บริการทางด้านศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ และศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

สำหรับประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์โดยเป็นศูนย์กลางของอาเซียนทั้งในด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้โอกาสจากการรวมกลุ่มของอาเซียนที่กำลังจะเป็นประชาคมทางเศรษฐกิจในอีก 5 ปีข้างหน้าหรือในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งจะทำให้อาเซียนเป็นตลาดใหญ่ที่มีประชากรรวมกันมากกว่า 500 ล้านคน ตลอดจนการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง หรือ Greater Mekong Subregion (GMS) จะส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการค้า การลงทุนอุตสาหกรรม การเกษตร และบริการ สนับสนุนการจ้างงานและยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้น ส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือทางเทคโนโลยีและการศึกษาระหว่างกัน ตลอดจนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถรวมทั้งโอกาสทางเศรษฐกิจในเวทีการค้าโลก

ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยคือการเร่งสร้างความเชื่อมั่นและนำรายได้เข้าประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์ การกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมไมซ์หมุนเวียนในประเทศ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับท้องถิ่นในการนำพื้นที่หรือสถานที่ท้องถิ่นนำมาจัดเป็นสถานที่จัดประชุม หรือรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ และการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคต่างๆทั่วประเทศ สนับสนุนการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศควบคู่กับการส่งเสริมตลาดกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงจากกระแสการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกประเทศที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น พัฒนามาตรฐานบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้สามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เต็มตามศักยภาพ รวมทั้งปรับบทบาทธุรกิจไมซ์ให้เป็นเวทีการพัฒนาเพื่อยกระดับ และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นวัตกรรม และผลงานด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อขับเคลื่อนและถ่ายทอดเศรษฐกิจฐานความรู้ให้กับสังคมไทย



จากผลกระทบจากวิกฤตการณ์การเมืองช่วงเดือนมีนาคม-มิถุนายน 2553 ส่งผลให้มีการปิดการจราจรในพื้นที่ถนนราชประสงค์ และการปิดให้บริการชั่วคราวของโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าว ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ และความไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทางมายังประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาขาบริการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งภายในและต่างประเทศ เกิดการยกเลิกและการเลื่อนการจัดการประชุมในประเทศไทย ส่งผลให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ต้องตัดสินใจเปลี่ยนสถานที่จัดงาน และมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการต้องเร่งทำการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น รวมถึงค่าประกันภัย และค่าเสียโอกาสทางการตลาด รวมทั้งยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในการเป็นจุดหมายปลายทางของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ การสูญเสียโอกาสของการเป็นตัวเลือกลำดับแรกของประเทศที่มีศักยภาพและอัตราการเติบโตของจำนวนและรายได้ของผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ลดลง ซึ่งทุกภาคส่วนได้ร่วมมือกันหามาตรการและกลยุทธ์เพื่อปกป้องและฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้ผ่านพ้นวิกฤต อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมไมซ์ไม่สามารถฟื้นตัวได้เอง ต้องการการกระตุ้นจากภาครัฐ เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นธุรกิจที่ต้องการความมั่นใจและเสถียรภาพเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับรัฐบาลในการสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าว

ล่าสุด สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง ได้วิเคราะห์เศรษฐกิจไทยในปี 2553 ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2553 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นเป็นร้อยละ 5.5 ต่อปี โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 5.0- 6.0 ต่อปี มากกว่าที่คาดการณ์เดิม ณ เดือนมีนาคมที่ร้อยละ 4.5 ต่อปี โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากเศรษฐกิจไทยในไตรมาสแรก ปี 2553 ที่ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 12.0 ต่อปี ประกอบกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่เร็วกว่าที่คาด โดยเฉพาะในประเทศคู่ค้าใหม่ในเอเชีย ที่ส่งผลให้การส่งออกในปี 2553 มีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูง นอกจากนั้น การใช้จ่ายภายในประเทศในปี 2553 ทั้งการบริโภคภาคเอกชนและการลงทุนภาคเอกชน ยังมีแนวโน้มฟื้นตัวจากฐานที่ต่ำในปีก่อน แม้ว่าในปัจจุบันมีสัญญาณในทางบวกว่า เศรษฐกิจไทยจะมีทิศทางฟื้นตัวดีขึ้น แต่เศรษฐกิจไทยยังมีปัจจัยเสี่ยงสำคัญในช่วงที่เหลือของปีจากวิกฤตหนี้สาธารณะในยุโรปที่อาจส่งต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยที่พึ่งพาการส่งออกในระดับสูง และสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการเมืองในประเทศรวมทั้งปัญหาภัยแล้งที่อาจกระทบให้การใช้จ่ายภาคเอกชนฟื้นตัวช้ากว่าที่คาด ดังนั้น ภาครัฐจึงยังจำเป็นต้องฟื้นฟูการใช้จ่ายภายในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก และสร้างสมดุลของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ



Thailand
creative
event awards



Thailand
creative
event awards



Thailand
creative
event awards



Thailand
creative
event awards

3. วัตถุประสงค์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ

การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- กำหนดกรอบนโยบาย ปรับกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ควบคู่กับการผลักดัน และส่งเสริม ภาพลักษณ์ของประเทศให้สามารถฝ่าฟันวิกฤตการณ์ต่างๆ ไปสู่การเป็นจุดหมายหลักของไมซ์ในภูมิภาค เอเชีย
- ส่งเสริม และเปิดโอกาสเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนให้เข้ามาจับบทบาทในการพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศโดยมีทิศทางและเป้าหมายหลักร่วมกันในระยะยาว
- ส่งเสริมให้การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เป็นวาระแห่งชาติที่เป็นการร่วมมือกันในทุกภาคส่วนทั้งรัฐต่อรัฐ รัฐต่อเอกชน และเอกชนต่อเอกชน
- กระตุ้นและดึงดูดให้เกิดการลงทุนของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและในภูมิภาค ทั้งในภาคการบริการ และภาคการผลิต
- เพื่อเพิ่มศักยภาพทางด้านการพัฒนาการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ อันจะเอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้มีการพัฒนา อย่างสมดุลและยั่งยืน
- พัฒนานักวิชาการและการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีคุณภาพ และประสิทธิภาพ
- พัฒนาประเทศไทยให้เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติ ทั้งด้าน เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน เทคโนโลยี และการศึกษา





THAILAND
FOR WORLD EXPO
2020

Personal Agenda



Nowhere else
offers more
for your
business event
www.tceb.or.th

Thailand
Maximize
Nowhere else offers more for your business event



กระตุ้นให้เกิดการจัดประชุม สัมมนา
และการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศอย่างต่อเนื่อง



4. เจตนารมณ์ร่วมของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

4.1 กระตุ้นให้เกิดการจัดประชุม สัมมนาและการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศอย่างต่อเนื่อง

4.1.1 หลักการและเหตุผล

- ส่งเสริมและพัฒนาการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ เพื่อเพิ่มจำนวนงานในประเทศ จำนวนผู้เข้าร่วมงานไทย (Local Exhibitors) จำนวนผู้เข้าชมงาน (Visitors) อันจะส่งผลต่ออัตราการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าภายในประเทศ ตลอดจนการค้าในประเทศที่สามารถสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนภายในประเทศต่อไป
- ส่งเสริมให้สมาคมการค้าต่างๆ เห็นความสำคัญและมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าภายในประเทศ เพื่อสร้างงานแสดงสินค้าที่สนับสนุนโดยบรรดาสมาคมการค้าต่างๆ เพิ่มขึ้น

4.1.2 แนวทางการดำเนินงาน

- กระตุ้นให้เกิดการจัดประชุม สัมมนาและการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศอย่างต่อเนื่องโดยให้ความสำคัญเน้นที่กลุ่ม Corporate กลุ่มสมาคม กลุ่มวิชาชีพ หน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิด Emotional Involvement
- กระตุ้นให้ธุรกิจขนาดกลาง-ใหญ่-กลาง หันมาจัดการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศโดยใช้โครงการในพระราชดำริที่คัดสรรเป็นต้นแบบ โดยภาครัฐให้ Incentive ต่อทุกกลุ่มที่จัดประชุม สัมมนาและการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ
- สนับสนุนให้บริษัทต่างๆ จัดประชุมสัมมนาภายในประเทศ โดยภาครัฐให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมบางส่วน รวมถึงบริษัทในการให้รางวัลพนักงานเดินทางในประเทศแทนการเดินทางไปต่างประเทศ
- รณรงค์หรือมีมาตรการให้หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจจัดประชุมสัมมนาในโรงแรมหรือศูนย์ประชุมภายในประเทศ และผลักดันให้เกิดนโยบายการจัดประชุมสัมมนาในประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระจายรายได้ภายในประเทศ
- ผู้ประกอบการโรงแรมเสนอราคาที่ดีให้กับคณะประชุมสัมมนา และให้บริการด้วยความน่าประทับใจ



- เสนอให้ทำกิจกรรมเพื่อสร้าง Recognition สำหรับหน่วยงาน ห้างร้านที่จัดการประชุมและสัมมนาในประเทศ รวมถึงเสนอมาตรการการลดหย่อนภาษี
- จัดให้มีการศึกษาดูงาน (Familiarization Trip) ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้า Corporate และนำสื่อมวลชนร่วมไปกับคณะด้วย
- รมว.ศึให้บริษัทใหญ่ในต่างจังหวัดจัด Incentive เพื่อทัศนศึกษาและจับจ่ายในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ และหาดใหญ่ เป็นต้น โดยมีภาครัฐโดยสสป.ให้ร่วมเป็นเจ้าภาพในบางกิจกรรม
- กระตุ้นให้เกิดการจัดประชุม สัมมนาและการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศในหลายๆ จังหวัด เพื่อเป็นการกระจายรายได้ รวมทั้งเพื่อให้มีการจัดประชุมสัมมนาข้ามจังหวัด
- จัดกิจกรรมพิเศษเพื่อรณรงค์ให้เกิดการจัดประชุมสัมมนาภายในประเทศของบริษัทข้ามชาติที่จัดตั้งภายในประเทศไทย อาทิ การให้รางวัล Prime Minister Award หรือการจัดประกวด The Best Incentive ซึ่งรางวัลเกียรติยศล้ำค่าจากบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ
- ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ โดยมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า อันประกอบด้วย การให้เงินสนับสนุน การลดหย่อนภาษี และการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมถึงมีแคมเปญที่น่าดึงดูดเพื่อกระตุ้นจำนวนผู้เข้าชมงานไทยให้เพิ่มขึ้น
- สสป. ให้ความรู้หรือจัดทริปพาสมาคมการค้าต่างๆ ดูงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่จัดโดยสมาคม เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพและประโยชน์ที่จะได้รับ
- สสป. สนับสนุนหรือผลักดันให้สมาคมการค้าต่างๆ และบริษัทผู้จัดงานแสดงสินค้าเอกชนร่วมสร้างงานแสดงสินค้าในประเทศให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรม
- การทำแบบแผนของการประชุม โดยเฉพาะ Incentive ให้มีการแข่งขันกันทำโปรแกรม เป็นแบบ Outside in โดยรัฐบาลต้องสนับสนุนการจัดงานทั้งหมด รวมถึงการมอบรางวัลให้กับผู้ที่ชนะ โดยอาจจะเป็นรางวัลที่สร้างแรงจูงใจ และสร้างกำลังใจให้เกิดการสร้างงาน
- จัดทำ Package เป็นแบบอย่างและทำให้หน่วยงานในพื้นที่ร่วมมีส่วนร่วมและรู้สึกถึงความเป็นเจ้าบ้าน



ประชุมเมืองไทย
ภูมิใจช่วยชาติ



ประชุมเมืองไทย
ภูมิใจช่วยชาติ

กิจกรรมส่งเสริมการขาย

1. D-MICE Package
2. Mobile Unit
3. Buyers Meet Sellers
4. Tele-Sales

กิจกรรม

และ

1. FA
2. TT
3. DM
4. DM
5. DM

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์
การมหาชน) กรุงเทพมหานคร



Domestic MICE Plan 2010

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

และประชาสัมพันธ์

AM Trip (7 ครั้ง)

TF Event

M Directory

M IMC Strategies

M Web Portal



สำนักงานส่งเสริม
การจัดประชุมและนิทรรศการ



เพิ่มศักยภาพทางการตลาด

และสร้างโอกาสในการขายแก่อุตสาหกรรมไมซ์



4.2 เพิ่มศักยภาพทางการตลาด และสร้างโอกาสในการขายแก่อุตสาหกรรมไมซ์

4.2.1 หลักการและเหตุผล

- เร่งพัฒนาและเพิ่มศักยภาพทางการตลาด ควบคู่กับศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสู่มาตรฐานสากล รวมทั้งพัฒนาธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสในการขายโดยเน้นที่ผู้ซื้อคุณภาพ รักษากลุ่มลูกค้าประจำ และหากลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ซื้อคุณภาพ เพื่อสร้างฐานการตลาดใหม่
- ทุกภาคส่วนของไทยทั้งภาครัฐ,ภาคเอกชน รวมถึงรัฐวิสาหกิจต่างๆ ควรประสานงานให้เป็นภาพเดียวกัน (TEAM THAILAND) โดยร่วมมือกันในการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดและสร้างโอกาสในการขายแก่อุตสาหกรรมไมซ์เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติมาจัดการประชุม สัมมนา และจัดงานแสดงสินค้าที่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

4.2.2 แนวทางการดำเนินงาน

- รักษากลุ่มลูกค้าประจำ ควบคู่กับการสร้างความมั่นใจ รวมทั้งเน้นผู้ซื้อคุณภาพ เนื่องจากมีโอกาสในการตัดสินใจซื้อสูง และหากลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ซื้อคุณภาพ สร้างฐานการตลาดใหม่ ส่งเสริมให้กลุ่มผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าคุณภาพ
- สร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าด้วยการดำเนินกิจกรรมโรดโชว์ (Road Show) ในตลาดที่มีแนวโน้มการเดินทางกลับมาสูง อาทิ เอเชีย จีน ฮองกง สิงคโปร์ ออสเตรเลีย เป็นต้น พร้อมกับออกแคมเปญอย่างต่อเนื่อง
- เข้าร่วมกิจกรรม Trade Show และมีมาตรการกระตุ้นให้เอกชนเข้าร่วมให้มากที่สุด ควบคู่กับการจัดสรรงบประมาณในมิติต่างๆ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การสนับสนุนด้านงบประมาณ เพื่อส่งเสริมงานประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ
- จัดกิจกรรม Familiarization Trip อย่างต่อเนื่อง โดยไม่จำเป็นต้องเป็นกลุ่มใหญ่เสมอไป อาจเป็นกลุ่มเล็กๆ โดยมุ่งเน้นคุณภาพของผู้ที่เชิญเข้าร่วมกิจกรรมฯ ซึ่งอาจเน้นตลาดรอง (Secondary Market) หรือตลาดใหม่ (Emerging Market)
- เร่งดำเนินการก่อสร้างศูนย์ประชุม และศูนย์แสดงสินค้าขนาดใหญ่ในจังหวัดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เช่น เชียงใหม่และภูเก็ต เพื่อรองรับการประมูลสิทธิ์เพื่อดึงงานขนาดใหญ่เข้าประเทศ
- ร่วมมือกับสายการบินต่างๆ ไม่เฉพาะเจาะจงแต่สายการบินไทย เพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการตลาดและให้ได้เครือข่ายสูงสุด



- Sales Visit โดยประสานงานให้เป็นภาพเดียวกันของ TEAM THAILAND โดยรวมหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยให้ผลักดันตลาดที่มีศักยภาพ ส่วนตลาด Emerging ให้ดูระยะเวลาที่เหมาะสม
- จัดทำ Recovery Package เพื่อเป็นมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า อันประกอบด้วย สิทธิพิเศษจากโรงแรม ร้านอาหาร สปา ห้างสรรพสินค้า บัตรโดยสารรถไฟฟ้าฯ
- ร่วมกับสายการบิน ไม่เฉพาะสายการบินแห่งชาติ เพื่อรณรงค์การโปรโมทการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- การหาข้อมูลเพื่อเตรียมการแข่งขัน โดยการวิเคราะห์ศักยภาพของเราและคู่แข่ง (รู้เขารู้เรา) ของอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ
- สสป. เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม “ประเทศของเรานี้” สำหรับคนไทยในต่างแดน และเชิญชวนเพื่อนชาวต่างชาติร่วมเดินทาง (Home Coming)
- ส่งเสริม Thai Chapters เพื่อเพิ่มความเป็นไปได้ที่จะนำการประชุม และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติให้เข้ามาประเทศไทย
- การพัฒนาความสดใหม่ของสินค้าด้านไมซ์และการท่องเที่ยว อาทิ ความเคลื่อนไหวใหม่ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเดิมๆ, การสร้างกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างโอกาส และจำนวนคืนพักที่มากขึ้นของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างงานขนาดใหญ่หรือ Mega Event ตามความเป็นไปได้ของนครแห่งไมซ์ (MICE City) และสำหรับเมืองที่จุดหมายปลายทางสำคัญ เช่น กรุงเทพมหานคร ควรจัดงานที่มีการโปรโมทในระดับนานาชาติปีละ 3 งาน
- ทุกภาคส่วนควรร่วมมือกันเพื่อดึงดูดให้ต่างชาติมาจัดประชุม สัมมนา จัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสนับสนุนงบประมาณในการจัดเลี้ยง 1 มื้อ โรงแรมหรือสถานที่จัดงานมอบส่วนลดค่าห้องพักและค่าเช่าสถานที่จัดงาน หรือบริษัทการบินไทยฯ มอบส่วนลดค่าบัตรโดยสารเมื่อเดินทางกับสายการบินไทย หรือการทำอากาศยานมอบส่วนลดค่า Landing สำหรับเที่ยวบินเหมาลำที่มาร่วมประชุม สัมมนา และจัดงานแสดงสินค้า
- จ่ายเงินอุดหนุนเอกชนที่จะนำงานผู้จัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Professional Exhibition Organizer – PEO) ที่มีนัยสำคัญทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ หรือเป็นงานที่มีผลทางยุทธศาสตร์ต่อเนื่อง โดยสนับสนุนแบบถดถอย เป็นระยะเวลา 5 ปี จากปีแรกร้อยละ 60 สู่ปีที่ 5 ที่ร้อยละ 20 โดยลดลงร้อยละ 10 ต่อปี





รักษางานที่มีอยู่ในปัจจุบัน
โดยการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า
และมี Incentive เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจ



4.3 รักษางานที่มีอยู่ในปัจจุบันโดยการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า และมี Incentive เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจ

4.3.1 หลักการและเหตุผล

- เนื่องจากปัจจุบันแต่ละประเทศทั้งในภูมิภาคยุโรปและอเมริกา หรือแม้แต่เอเชียต่างก็มีศักยภาพเทียบพร้อมในการถูกเลือกเป็นสถานที่สำหรับจัดประชุม สัมมนา และจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งส่งผลให้มีการแข่งขันสูงมากในการได้รับเลือกให้เป็นสถานที่สำหรับการจัดงานดังกล่าว ดังนั้น การมี Incentive จึงเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจในการเลือกได้เป็นอย่างดี อันมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ของไทยเติบโตขึ้น

4.3.2 แนวทางการดำเนินงาน

- รักษางานที่มีอยู่เดิม โดยให้มีการติดต่อกับลูกค้าและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- กระบวนการต่างประเทศมีข่าวสารถึงลูกค้าตามฐานข้อมูลไม่ซ้ำอย่างสม่ำเสมอ
- การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ โดย Channel of Distribution ต้องเหมาะสมและขยายกว้างขึ้น
- ควรให้ความสำคัญแก่กลุ่มประชุมและสัมมนาต่าง ๆ ที่ยังคงจัดอยู่ อาทิ ให้มีผู้แทนจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมงานหรือส่งของกำนัลเล็กๆ น้อยๆ เพื่อสร้าง Recognition และสร้างความประทับใจที่ดีต่อลูกค้า
- ผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติต่างๆ อาจปรับลดเป้าหมายและขนาดงานเป็นรูปแบบงาน B2B ในประเทศ เพื่อรักษางานที่มีอยู่ โดยภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อช่วยแบ่งบริษัทจัดงานในด้านต้นทุนการดำเนินงานจัดงาน
- ประสานงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าเพื่อไม่ให้เปลี่ยนประเทศหรือสถานที่ในการจัดงาน สำหรับการให้ Incentive ก็อาจนำเสนอให้กับบางประเทศหรือ Incentive ที่ให้อาจไม่อยู่ในรูปของเงินอย่างเดียว และนอกเหนือจากการให้ Incentive ควรที่จะพัฒนาสถานที่ รวมถึงสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจ





ประชาสัมพันธ์ สร้างความเชื่อมั่นให้กับ
อุตสาหกรรมไมซ์จากภายในประเทศ
สู่ระดับนานาชาติ



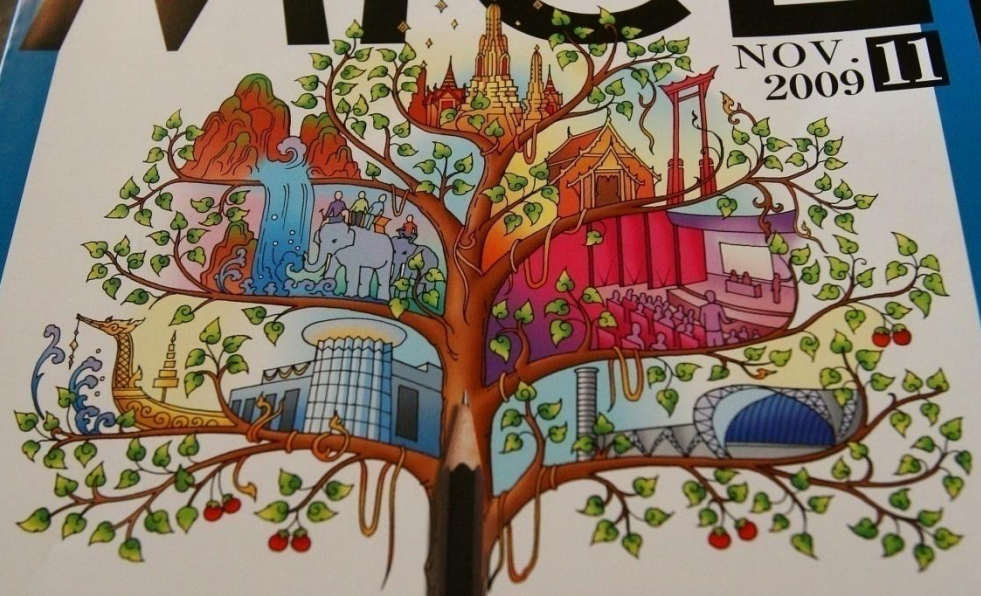
MICE Japan

MICE Japan

MICE Japan

MICE Japan

NOV. 11
2009



Thailand
Maximize
Nowhere else offers more for your business event

BUSINESS EVENT IN THAILAND

わが国唯一の M.I.C.E. (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) 情報誌

4.4 ประชาสัมพันธ์ สร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์จากภายในประเทศ สู่ระดับนานาชาติ

4.4.1 หลักการและเหตุผล

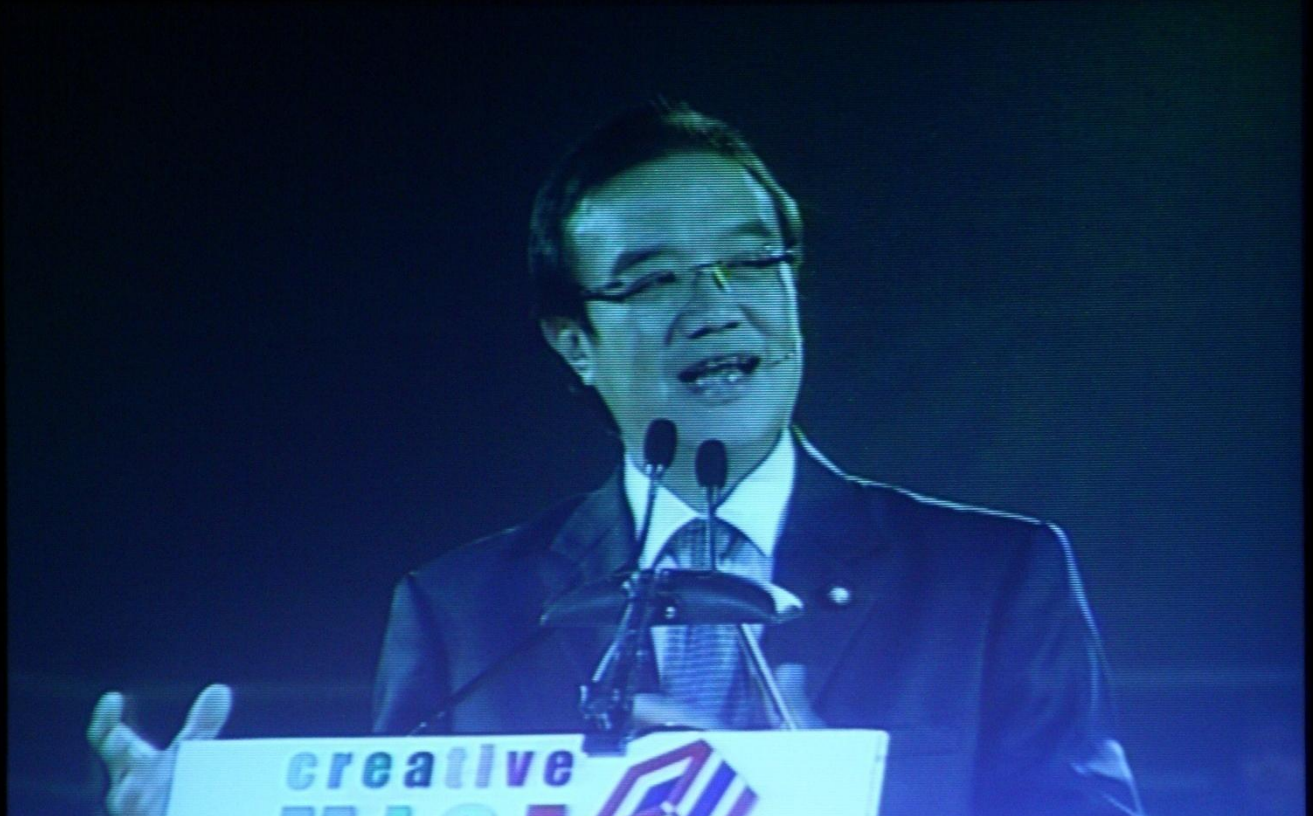
- การประชาสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นต้องทำทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากมีความสำคัญที่สุด โดยต้องสร้างความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยของสถานที่ของประเทศและความน่าสนใจ จุดเด่นต่างๆ ของสถานที่หรือประเทศด้วย
- ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อทำความเข้าใจและเรียกความเชื่อมั่นจากชาวต่างชาติกลับคืนมาให้ต่างชาติได้เห็นกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น ที่แสดงว่าบ้านเมืองมีความสงบเรียบร้อยและปลอดภัยเพื่อให้มีเชื่อมั่นและยินดีเดินทางมาประเทศไทย

4.4.2 แนวทางการดำเนินงาน

- จัดส่งข้อมูลเหตุการณ์ปัจจุบันในประเทศให้กับคู่ค้า และสื่อมวลชนเพื่อให้ทราบสถานการณ์ที่ถูกต้อง พร้อมกับ ออกข่าวในกรณีที่มีงาน (Event) สำคัญๆ ในอนาคตที่ยังยืนยันจัดในประเทศไทย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มที่ยังลังเลอยู่
- จัดตั้งศูนย์ข้อมูลไมซ์ผ่านทางกรทอท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ/หรือตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (TCEB Representatives) ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับการเชิญชวนให้พิจารณาจัดงานในประเทศไทย
- สนับสนุน Road Show ไปต่างประเทศสำหรับการประชุมที่ประมุขสิทธิ์ชนะมาแล้ว รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นโดยการทำ Roadshow โดยให้สร้างความร่วมมือลักษณะ Team Thailand และใช้ Thailand Brand ในการสื่อสาร เช่น Thai Hospitality, Value for Money, หรือ อาหารไทย โดยรวมองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนไปร่วมกัน และให้เลือกทำ Roadshow ในตลาดที่มีศักยภาพอยู่ เช่น อินเดีย และออสเตรเลีย ซึ่งอาจรวมถึงตลาดใหม่ๆ เช่น Middle East, Eastern Europe หรือ South America เนื่องจากมีเที่ยวบินที่เปิดใหม่ บินเข้าประเทศต่างๆ ใน South America
- เชิญสื่อมวลชน คู่ค้า และผู้ประกอบการต่างชาติเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip พร้อมกับให้ข้อมูลที่ถูกต้องของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศถึงความพร้อมในการต้อนรับผู้ร่วมงาน โดยภาครัฐให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายทั้งหมด



- โฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางสถานี โทรทัศน์ที่มีชื่อเสียง เช่น CNN, BBC เป็นต้น และ จัดหา Presenter ที่มีภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีเป็นผู้นำเสนอ
- ให้ข้าราชการที่ไปประชุมในต่างประเทศด้วยเงินของรัฐทำหน้าที่เสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดประชุมในอนาคต โดยมี สสปน. เป็นผู้ช่วยและถือเป็นผลงาน
- ประชาสัมพันธ์ส่งสัญญาณทางการตลาดระหว่างประเทศและการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อ ส่งเสริมประเทศไทยในฐานะจุดหมายหลักของไมซ์โดยเน้นรากฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคง สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อธุรกิจ การเชื่อมโยงกับนานาชาติ และโครงสร้างพื้นฐานพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่โดดเด่น
- ดำเนินการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศที่เป็นเป้าหมายในลักษณะการสัมภาษณ์คนของ ประเทศนั้นๆ ถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็น Landmark ของไทย
- ประชาสัมพันธ์แคมเปญ “Brand ประเทศไทย” จุดแข็งของไทยผ่านสื่อระดับโลก
- E-News Letter สัมภาษณ์ประสบการณ์ของผู้ที่เข้ามาประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- พัฒนาความร่วมมือด้านความปลอดภัยกับภาคเอกชนที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและสถาน ประกอบการที่นักท่องเที่ยวไมซ์จะไปถึง
- จัดโครงการส่งเสริมให้มีการตกแต่งประดับเมืองที่เป็นนครแห่งไมซ์ หรือ MICE CITY โดยเปลี่ยน แนวคิดของงาน (Theme) 3 ครั้งต่อปี เพื่อสร้าง “บรรยากาศ”
- ควรกำหนดกลุ่มประเทศเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อการทำประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ
- ต้องทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในด้านความคุ้มค่า, ความหลากหลายของวัฒนธรรม และ สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงให้ความมั่นใจในความปลอดภัย
- ดำเนินการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องถึงผลสำเร็จของกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ที่เข้ามาในช่วง 1 ปี นับจาก เกิดวิกฤตการณ์การเมืองในปี 2553



สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
กับบุคลากรรัฐและท้องถิ่น
และองค์กรที่เกี่ยวข้อง



4.5 สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์กับบุคลากรรัฐและท้องถิ่นและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

4.5.1 หลักการและเหตุผล

- เพื่อพัฒนาบุคลากรรัฐและท้องถิ่นและองค์กรที่เกี่ยวข้องผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ มีความเข้าใจถึงศักยภาพ และประโยชน์ของอุตสาหกรรมไมซ์ที่จะสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น หรือให้เห็นถึงมูลค่าเศรษฐกิจของท้องถิ่นที่จะดีขึ้นเพื่อเป็นการกระจายรายได้ในท้องถิ่น สร้างเงินตราหมุนเวียนในประเทศ
- เพื่อให้บุคลากรรัฐและท้องถิ่นและองค์กรที่เกี่ยวข้องผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ ร่วมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ โดยให้ความช่วยเหลือ เมื่อมีการจัดงานต่างๆ ขึ้นในพื้นที่

4.5.2 แนวทางการดำเนินงาน

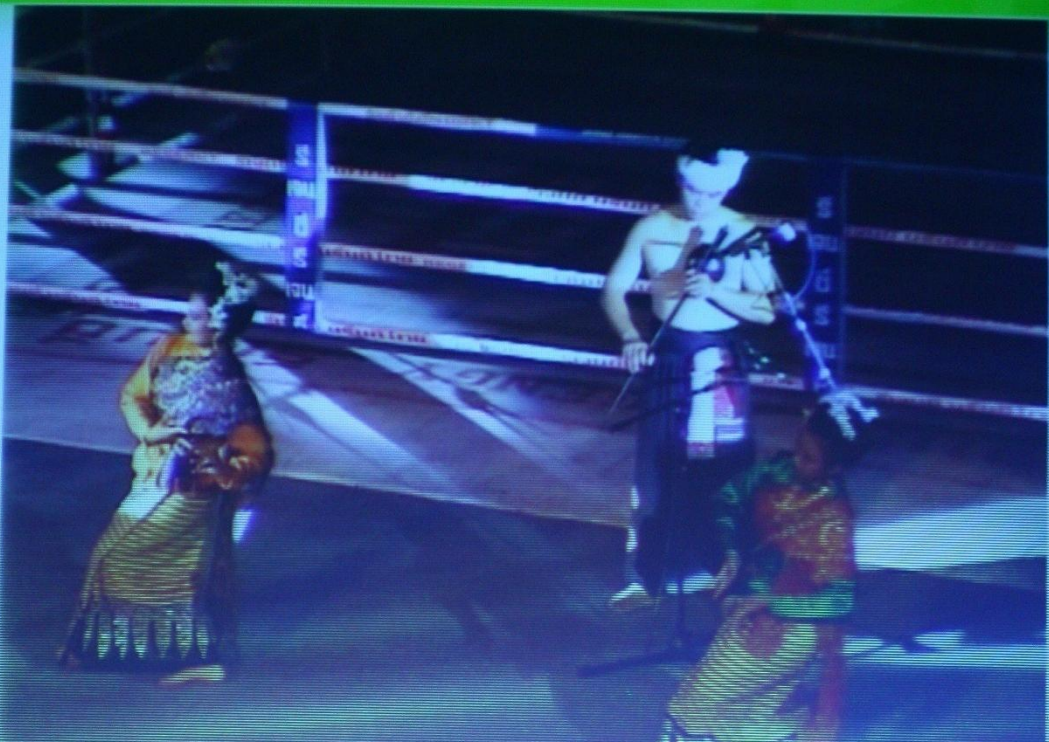
- ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการท้องถิ่นและองค์กรที่เกี่ยวข้องถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ และประโยชน์ที่จะได้รับต่อเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศ รวมถึงการต่อยอดทางธุรกิจ อันจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้บุคลากรรัฐและท้องถิ่นและองค์กรที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญ และจะต้องร่วมมือกันพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ที่รับผิดชอบ และกิจการที่ดูแลให้พัฒนาสามารถใช้เป็นพื้นที่จัดประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้าและนิทรรศการได้
- เนื่องจากคนท้องถิ่นยังมีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์น้อย ควรให้ความรู้ถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้ท้องถิ่นควบคู่กับการพัฒนาท้องถิ่นให้เป็นที่น่าสนใจสำหรับตลาดไมซ์



โครงการ MICE EDUCATION

เสริมความรู้เรื่องไมซ์ให้เยาวชน
ณ จังหวัดสงขลา





พัฒนาคนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไม้
ในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ



4.6 พัฒนาคณะเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ

4.6.1 หลักการและเหตุผล

- การพัฒนาคณะให้เป็นคนดีซึ่งหมายถึงคนที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ มีความรู้ มีคุณธรรม มีจริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตเป็นเรื่องที่มีความสำคัญที่สุดในการพัฒนาประเทศ หากได้คนส่วนใหญ่ที่เป็นคนดีแล้ว การพัฒนาในด้านอื่นๆ ก็จะเป็นไปในทางที่ดีได้ การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ก็เช่นกันมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างคนดีที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าและแข็งแกร่ง เพื่อต่อการพัฒนาประเทศโดยรวมในระยะยาว

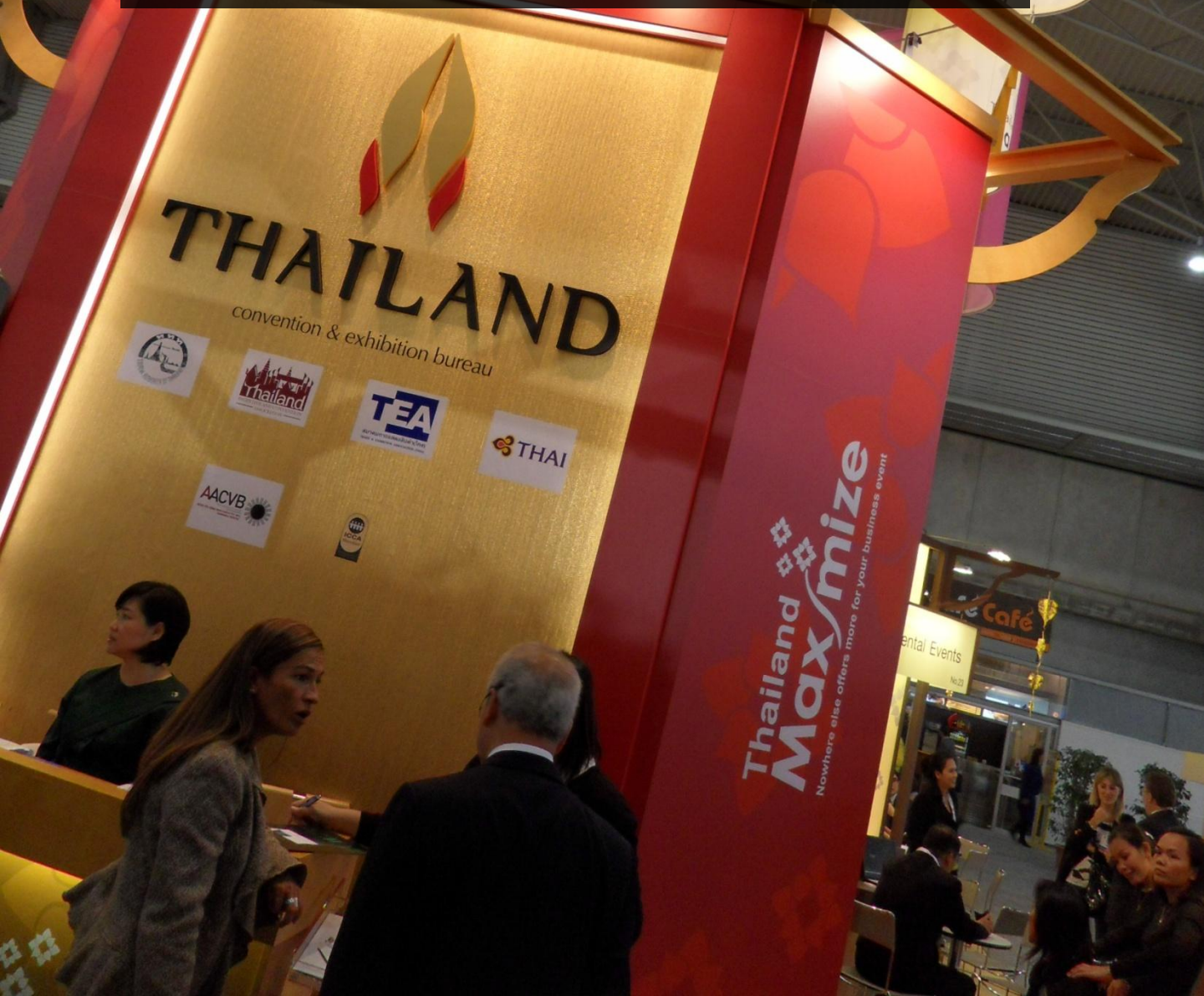
4.6.2 แนวทางการดำเนินงาน

- ทุกรัฐบาล สนับสนุนในการยื่นประมูลสิทธิ์ ตลอดจนงานที่ชนะการประมูลสิทธิ์ควรต้องส่งคณะกรรมการหรือผู้จัดการประชุมนานาชาติ (Professional Conference Organizer – PCO) เข้าร่วมหลักสูตรฝึกอบรมที่จัดขึ้นโดยสสพ. เพื่อให้มีความรู้ด้านธุรกิจไมซ์อย่างมืออาชีพ และมีมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังควรให้ความรู้ที่ถูกต้องในธุรกิจไมซ์ โดยการจัดอบรมสัมมนาทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติให้กับผู้สนใจรายใหม่ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดอย่างมีระบบและต่อเนื่องโดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ
- ส่งเสริมภาคเอกชนทั้งที่มีประสบการณ์ และที่ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดไมซ์ พัฒนาให้มีความรู้อย่างถูกต้อง ทั้งอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและต่างประเทศ เพื่อยกระดับให้เป็นสากลเทียบเท่านานาชาติ
- บรรจุไว้ในแบบเรียนทำการอบรม และแนะนำให้ความรู้ความเข้าใจกับหน่วยงานต่างๆ ฝึกอบรมอาชีพที่เกี่ยวข้องต่างๆ ให้มีความรู้ความชำนาญให้มากขึ้นรวมทั้งให้ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศกับหลายๆอาชีพในสาขาที่เกี่ยวข้องต่างๆ
- ส่งเสริมสถาบันการศึกษาให้มีหลักสูตร การเรียน การสอน และการฝึกอบรมในการพัฒนาบุคลากรทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล มีจิตสำนึกสาธารณะที่ดี และมีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงในด้านธุรกิจไมซ์
- พัฒนาคณะให้มีความคิดสร้างสรรค์ คิดนอกกรอบ แต่ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องใจรักในการให้บริการของคนไทย ซึ่งเป็นเสน่ห์ของคนไทย และเป็นจุดขายของประเทศไทย

- สำหรับธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ ควรริเริ่มแนวคิดด้านการศึกษาที่เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการหาแนวทางเพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลสำหรับอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้า รวมทั้งจัดทำหลักสูตรการอบรมในระดับต่างๆ เพื่อสนองความต้องการในธุรกิจนี้ ควบคู่กับการวางกลยุทธ์ในการดึงดูดบุคลากรผู้มีความสามารถจากต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมในระยะยาว
- สนับสนุนให้จัดทำแผนพัฒนาบุคลากร และความก้าวหน้าในอาชีพ เพื่อให้เห็นแนวทางการพัฒนาทรัพยากรของบุคคลขององค์กรอย่างชัดเจน และเป็นแรงจูงใจให้ผู้มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงานให้กับองค์กรทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจไมซ์ รวมถึงธุรกิจสาขาที่เกี่ยวข้อง



ให้มีมาตรการที่เป็นรูปธรรม
และสนับสนุนการแสดงความจำนงเสนอตัวเป็น
เจ้าภาพโดยการจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมจาก
รัฐบาลเพื่อการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเป็น
เอกภาพและเป็นรูปธรรม
และปรับกระบวนการให้คล่องตัว



4.7 ให้มีมาตรการที่เป็นรูปธรรมและสนับสนุนการแสดงความจำนงเสนอตัวเป็นเจ้าภาพ โดยการจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมจากรัฐบาลเพื่อการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเป็นเอกภาพและเป็นรูปธรรม และปรับกระบวนการให้คล่องตัว

4.7.1 หลักการและเหตุผล

- การฟื้นฟูและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐภาคเอกชน รวมทั้งรัฐวิสาหกิจต่างๆ ซึ่งทุกภาคส่วนจะต้องทำงานร่วมกัน โดยมีสสพ. เป็นผู้ประสานงานและให้คำแนะนำในการดำเนินงาน เพื่อให้การทำงานมีความคล่องตัวมากขึ้น

4.7.2 แนวทางการดำเนินงาน

- สนับสนุนการสร้างระบบคมนาคมความเร็วสูง เช่น Bullet Train จากสนามบินนานาชาติไปยังเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีชื่อเสียง อาทิ พัทยา หัวหิน
- จัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว มี Zoning ที่ชัดเจน เน้นความปลอดภัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความเป็นธรรมชาติ
- สนับสนุนการเป็น Center of Convention & Exhibition in Medicine ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
- สนับสนุนการสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติประจำภูมิภาคต่างๆ เพิ่มเติม อาทิ ชะอำ หัวหิน และสนับสนุนการประมุขสิทธิ์ระดับโลก หรือการประชุมระดับนานาชาติ มาจัดในประเทศไทย



Neurology”



19th World Congress of Neurology

October 24-30, 2009

BITEC, Bangkok, Thailand

“Innovation in Neurology”

เสนอให้รัฐเป็นผู้ผลักดันการสร้างงาน
ด้านอีเว้นท์ (Event) โดยเฉพาะ Flagship Event
ทั้งในและจากต่างประเทศ

4.8 เสนอให้รัฐเป็นผู้ผลักดันการสร้างงานด้านอีเว้นท์ (Event) โดยเฉพาะ Flagship Event ทั้งในและจากต่างประเทศ

4.8.1 หลักการและเหตุผล

- หากรัฐสามารถผลักดันให้จัดงานด้านอีเว้นท์ (Event) ทั้งในและจากต่างประเทศในประเทศไทย เป็นจำนวนมากหรืออย่างต่อเนื่องได้นั้น จะทำให้สามารถเกิดการกระจายรายได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศและ นักท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound)

4.8.2 แนวทางการดำเนินงาน

- รัฐบาลควรใช้โอกาสในการพบปะผู้นำจากต่างประเทศหรือการเยี่ยมชมประเทศต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์สถานที่จัดประชุม/สัมมนา/การจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งจะเป็นการสร้างเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้ที่กำลังตัดสินใจเลือกสถานที่ในการจัดประชุมฯ ได้เป็นอย่างดี





ประชุมเมืองไทย
พลิกฟื้น
เศรษฐกิจชาติ



4.9 ให้นำเสนอการจัดตั้งกองทุนสมทบของรัฐและเอกชนเพื่อการสนับสนุนการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพ (Bidding Fund)

4.9.1 หลักการและเหตุผล

- การที่ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพจัดงานใดๆ นอกจากจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศแล้ว ยังช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นด้วย ซึ่งการเป็นเจ้าภาพงานระดับนานาชาตินั้น ต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก ดังนั้นงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล อาจจะไม่เพียงพอจึงจำเป็นต้องจัดหางบประมาณจากแหล่งอื่นมาสมทบ ซึ่งการจัดตั้งเป็นกองทุนสมทบของรัฐและเอกชนเป็นทางเลือกที่เหมาะสม อันจะสามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในระยะยาว

4.9.2 แนวทางการดำเนินงาน

- สสป. จะศึกษาและดำเนินการหารือกับกระทรวงการคลัง และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งภาคเอกชนต่อไป





พัฒนฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งระบบ
เพื่อการใช้ประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและเอกชน



4.10 พัฒนารฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งระบบเพื่อการใช้ประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและเอกชน

4.10.1 หลักการและเหตุผล

- ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการประกอบการต่างๆ รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์ คือ สามารถใช้ข้อมูลที่มีอยู่ในการรักษารฐานลูกค้าเดิมและดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมทั้งช่วยให้การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนมีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- เพื่อจัดการให้บริหารข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ที่ตรงกับความต้องการในการใช้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

4.10.2 แนวทางการดำเนินงาน

- สสป. ดำเนินกลยุทธ์เพื่อพัฒนาศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านไมซ์ (Intelligence Center) ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูลออนไลน์ของสสป. ที่ให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร และการส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย เพื่อเป็นฐานข้อมูลประกอบการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดของหน่วยงานของทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมไมซ์ และคู่แข่ง (โครงการต่อเนื่องจาก ปี 2553) อาทิ MICE Report รายงานรายไตรมาสที่มุ่งเน้นเนื้อหาที่เป็นที่สนใจหรือแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ ณ ปัจจุบัน และ Competitors Movement Report รายงานความเคลื่อนไหวของประเทศไทยต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์



5. แผนดำเนินงานของสสปน. ประจำปีงบประมาณ 2554

ด้วยเจตนารมณ์สำคัญของ สสปน. ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อความต้องการ และรับฟังปัญหาของภาคเอกชนอย่างแท้จริง นำไปสู่การร่วมสร้างอุตสาหกรรมไมซ์ให้แข็งแกร่ง ซึ่งการพัฒนาให้สามารถเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม สสปน. ได้กำหนดกรอบนโยบายแนวทางของแผนยุทธศาสตร์และจัดสรรงบประมาณปี 2554 ของสสปน. โดยสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ที่กลั่นกรองร่วมกันระหว่าง สสปน. และภาคเอกชน อันจะนำไปสู่การร่วมสร้างอุตสาหกรรมไมซ์ให้แข็งแกร่ง เพื่อมุ่งผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจชาติอย่างมั่นคงต่อไปในปี 2554 และในระยะยาวต่อไป

สสปน. ในฐานะหน่วยงานหลักของประเทศมีหน้าที่กำหนดนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามกลยุทธ์หลักของสสปน. คือ

การดึงดูดงาน (Win) ดำเนินการเชิงรุกโดยมุ่งเน้นที่การประมูลสิทธิ์และการดึงดูดงานเข้าประเทศ

การประชาสัมพันธ์ (Promote) เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ และส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ

การพัฒนา (Develop) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

WIN

PROMOTE

DEVELOP



THAILAND
convention & exhibition bureau

White Paper เจตนารมณ์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

ยุทธศาสตร์

เป้าหมาย

วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็น
จุดหมายหลักในการจัด
ประชุม การท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล การจัด
ประชุมนานาชาติ และ
งานแสดงสินค้า
นานาชาติระดับโลกใน
ภูมิภาคเอเชีย”

นางานเข้าประเทศ (WIN)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ดึงงานและแรงขยาย
ตลาดผ่านเครือข่ายภาครัฐและเอกชน

1. ยกกระดับการประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้า และนิทรรศการนานาชาติ ไปสู่การจัดงานในระดับ ภูมิภาค
2. ประมูลสิทธิ์และสร้างงาน New & Mega Show ให้ จัดในประเทศไทย
3. ปรับเปลี่ยนเครือข่ายภาครัฐและเอกชนให้เป็นเชิง รุกเพิ่มขึ้น

ส่งเสริม (PROMOTE)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : ส่งเสริมภาพลักษณ์
อุตสาหกรรม MICE ของประเทศ

1. ส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์
2. สร้างความตระหนักถึงบทบาท สสปน. และ ความสำคัญของอุตสาหกรรม MICE

พัฒนา (DEVELOP)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมกิจกรรม
เพิ่มมูลค่าและยกระดับอุตสาหกรรม

1. สนับสนุน / พัฒนาศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับ อุตสาหกรรม สร้างกิจกรรมเพิ่มมูลค่าในพื้นที่ เป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาขีด
ความสามารถโครงสร้างพื้นฐาน
อุตสาหกรรม MICE

1. ส่งเสริมองค์กรและบุคลากรในการสนับสนุน MICE สู่มาตรฐานสากล
2. พัฒนาระบบฐานข้อมูลและงานวิจัยและการเข้าถึง
3. กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพเพื่อพัฒนา อุตสาหกรรม MICE

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : สร้างเครือข่ายความ
ร่วมมือทั้งภายในและระหว่างประเทศ

1. สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ทั้ง ภายในและระหว่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : การยกระดับ
ศักยภาพและบทบาท สสปน.

1. วางนโยบายและกำกับดูแลทิศทางขององค์กร
2. พัฒนาโครงสร้างของระบบ กระบวนการ การบริหารงานภายในองค์กร
3. พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรภายในองค์กร

สสปน. ได้จัดสรรงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 ภายใต้เงินงบประมาณที่ได้รับ 746.3054 ล้านบาท เพื่อดำเนินงานตามภารกิจและกลยุทธ์ของ สสปน. ดังนี้

1. งบบริหาร	176.3984	ล้านบาท	(ร้อยละ 23.64)
2. งบดำเนินงานตามภารกิจ	569.9070	ล้านบาท	(ร้อยละ 76.36)
การดึงงานเข้าประเทศ (WIN)	251.5290	ล้านบาท	(ร้อยละ 33.70)
การส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย (PROMOTE)	225.1200	ล้านบาท	(ร้อยละ 30.16)
การพัฒนา (DEVELOP)	93.2580	ล้านบาท	(ร้อยละ 12.50)

การดึงดูดงานเข้าประเทศ (WIN)

การจัดสรรงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 ภายใต้ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ต่างๆ ของ สสป. งบประมาณส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 การดึงดูดงาน การเร่งขยายตลาดผ่านเครือข่ายภาครัฐและเอกชน จำนวน 251.5290 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.70 ของงบประมาณทั้งหมด ที่มุ่งเน้นการประมูลสิทธิ์และดึงดูดงานมาจัดในประเทศ เพื่อสร้างเงินตราเข้าประเทศ ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ 2554 ประเทศไทยต้องยื่นเสนอประมูลสิทธิ์อย่างเป็นทางการกับสำนักงานมหกรรมโลก หรือ BIE ซึ่งสสป. มีแผนดำเนินงานสำหรับ Bid Preparation World Expo 2020 ตามมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 24 สิงหาคม 2553 โดยมีแผนจัดทำเอกสารเพื่อนำเสนอในกระบวนการประมูลสิทธิ์ รวมทั้งเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องจากสำนักงานมหกรรมโลก (BIE) หรือ Key Voters มาตรวจสอบพื้นที่ (Site Inspection) ในพื้นที่จัดงาน

การประชาสัมพันธ์ (PROMOTE)

ขณะที่ผลกระทบจากวิกฤตการณ์การเมืองในปีงบประมาณ 2553 ที่ผ่านมา ซึ่งต้องยอมรับว่าค่อนข้างมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย สสป. ได้มีมาตรการต่างๆ เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ และมีนโยบายประชาสัมพันธ์ “Believe in Thailand” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ซึ่งในปีงบประมาณ 2554 การจัดสรรงบประมาณภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การประชาสัมพันธ์ ยังมุ่งส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ โดยการเข้าร่วม Trade Show และ Roadshow ในต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่อุตสาหกรรมไมซ์ไทย รวมถึงประชาสัมพันธ์โครงการเสนอตัวประมูลสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลก เวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ตามมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 24 สิงหาคม 2553 ให้สสป. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ความคืบหน้าในการเสนอตัวประมูลสิทธิ์เป็นเจ้าภาพ จัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 และผลประโยชน์ที่ประเทศไทยได้รับให้ประชาชนทราบ

นอกจากนี้ สสป. ยังมีนโยบายเชิงรุกส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) โดยมุ่งส่งเสริมการจัดประชุม สัมมนา และท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ รวมถึงพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ เพื่อกอบกู้และฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ให้ผ่านพ้นวิกฤต และเป็นการสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ



maximize
Now offers more for your business event

THAILAND

convention & exhibition bureau



THAI



TEA

AACVB



THAILAND



IMEX
B180

การพัฒนา (DEVELOP)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย สสพ. มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรไมซ์ของไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งพัฒนาบุคลากรไมซ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล และมีความรู้เท่าทันการปรับเปลี่ยนในด้านธุรกิจไมซ์ นอกจากนี้ ยังมีนโยบายประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน Thai Team ให้เป็นภาพเดียวกัน ที่สำคัญในปีงบประมาณ 2554 สสพ. มีโครงการศึกษาวิจัยพื้นที่จัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ตามมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 24 สิงหาคม 2553 ให้ สสพ. ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในเชิงลึก (Detail Project Feasibility Study) 3 พื้นที่ คือ พระนครศรีอยุธยา ชลบุรีและเชียงใหม่ ให้ได้ผลสรุปใน 120 วัน และทำการศึกษาด้านการลงทุนเพื่อนำเสนอคณะรัฐมนตรีให้ได้ผลสรุปภายใน 180 วันนับจากวันที่คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบ

สำหรับการพัฒนาฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ สสพ. มีแผนดำเนินโครงการพัฒนา Intelligence Center ต่อเนื่องจากปีงบประมาณ 2553 โดยในปีงบประมาณ 2554 จะดำเนินการพัฒนาข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงฐานข้อมูลไมซ์ของสสพ. กับสำนักงานส่งเสริมและพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และวางแผนทางการเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐกับข้อมูลจากสมาคมการประชุมนานาชาติ (TICA) สมาคมแสดงสินค้าไทย (TEA) และสมาคมโรงแรมไทย (THA) บนเว็บไซต์สสพ. รวมทั้งจะพัฒนาข้อมูลเชิงวิเคราะห์ด้านการตลาด เพื่อให้มีการเผยแพร่ข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป





ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และกิจกรรมของสสพ. ประจำปีงบประมาณ 2554

การดำเนินงานเข้าประเทศ (WIN)

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ดึงงานและแรงขยายตลาดผ่านเครือข่ายภาครัฐและเอกชน	
กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนารูปแบบและยกระดับการจัดงานประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ	1. สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support / Subsidy) ▪ ด้านงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ▪ ด้านงานประชุมนานาชาติ - งานประชุมนานาชาติ - งาน Rotary International 2012 ▪ ด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ - Regional Champion Show - New Show - Upgrade Show - Mega Show (UFI Asia 2011/Horticulture 2011)
กลยุทธ์ที่ 1.2 สนับสนุนและผลักดันการประมูลสิทธิ์และการสร้างงานใหม่และงานขนาดใหญ่ขึ้นในประเทศไทย	2. สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงานในประเทศไทย ▪ ด้านงานประชุมนานาชาติ - Bid งานประชุมนานาชาติ - สนับสนุนเอกชน Bid งาน - สนับสนุนนักวิชาการ Bid งาน ▪ ด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ (Mega Show : World Stamp)

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
	▪ Bid Preparation World Expo 2020 - ตามมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 24 สิงหาคม 2553 - จัดทำเอกสารและอื่นๆ ที่จำเป็นในกระบวนการประมูลสิทธิ์ เช่น Bid Book, Bid Presentation, Site Plan ฯลฯ - เชิญผู้ที่เกี่ยวข้องมา Site Inspection ในพื้นที่จัดงาน เช่น สำนักงานมทรรมโลก (BIE) หรือ Key Voters ฯลฯ
กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมบทบาทเครือข่ายของงานภาครัฐไปสู่การเป็นช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้เป็นเชิงรุกมากขึ้น	3. โครงการความร่วมมือระหว่างกระทรวงการต่างประเทศ และ สสปน. เพื่อส่งเสริมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ▪ จัด Work Shop ความร่วมมือในต่างประเทศ
กลยุทธ์ที่ 1.4 ส่งเสริมบทบาทเครือข่ายของหน่วยงาน ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วมในการจัดงานเพิ่มขึ้น	4. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (Overseas Marketing Representatives) และสนับสนุนกิจกรรม ▪ ด้านงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล - จีนและฮ่องกง 1 อินเดีย 1 ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ 1 ญี่ปุ่น 1 สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ 1 รัสเซีย 1 ▪ ด้านงานประชุมนานาชาติ - สหรัฐอเมริกา ▪ ด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ - จีนและฮ่องกง 2 เวียดนาม 1 อินเดีย 1 สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ 1



THAILAND
convention & exhibition bureau

พิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือ

การบริการระหว่างสำนักงาน

ระหว่างสำนัก



อรรถพล สรสุชาติ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(อัคราภิบาล)





สภาธุรกิจไทย-รัสเซีย

Thai - Russian Business Council



สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

The Federation of Thai Industries

มีการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรม

การเสด็จ (อุตสาหกรรมไมซ์)

และสภาธุรกิจไทย-รัสเซีย



มังกร ธนสารศิลป์

สภาธุรกิจไทย-รัสเซีย

NCC

การประชาสัมพันธ์ (PROMOTE)

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรม MICE ของประเทศ	
กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย	5. ส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ การเข้าร่วม Trade Show ในต่างประเทศ ▪ ดำเนินงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล - MICE Trade Show - Leisure Trade Show ▪ ดำเนินงานประชุมนานาชาติ - EIBTM/AIME/IMEX/AIBTM 6. จัดงาน Road Show/Sales Mission ในต่างประเทศ ▪ ดำเนินงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล - Road Show - Leisure Road Show ▪ ดำเนินงานประชุมนานาชาติ - Europe 1 Asia 4 ▪ ดำเนินงานแสดงสินค้านานาชาติ ▪ โครงการ "Thailand the place to meet road show" 7. จัดกิจกรรมดูงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพและความพร้อมของประเทศ (Familiarization Trip/Inspection Trip) 8. จัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ▪ ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศผ่าน Campaign "Thailand Maximize/Extra Value"

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
	■ Online Marketing/Online Activity และการปรับปรุง Website ■ ผลิตและเผยแพร่สื่อส่งเสริมการขาย ■ ดำเนินการตลาดเชิงรุกด้านการประชุมนานาชาติผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในและต่างประเทศ ■ จัดทำ Promotion ด้านการตลาด - Extra Night Extra Smile - Visitor Promotion ■ จัดประกวด Thailand Creative MICE Event Award (TCEA) ■ Communication Support : Event & Seminar ■ MICE Education ผ่านสื่อมวลชน ■ ผลิต Promotion Material/Marketing Material 9. ประชาสัมพันธ์สื่อองค์กร ■ ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารทั้งในและต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรและประเทศไทยในฐานะเป้าหมายอุตสาหกรรมไมซ์ (PR Communication Campaign) ■ ประชาสัมพันธ์องค์กรเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของ สสพ. และให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (PR Corporate Campaign โดย - จัดทำรายงานประจำปี 1 ฉบับ - จัดแถลงข่าวเรื่องแผนงานประจำปี - จัดทำจดหมายข่าว 6 ฉบับ

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
	■ สื่อมวลชนสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ (Media Relations) - จัดแถลงข่าวและสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กร - นำสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศดูงานด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (Media Familiarization Trip) ■ ประชาสัมพันธ์โครงการเสนอตัวประมูลสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 - ตามมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 24 สิงหาคม 2553 ให้สสพ.ดำเนินการประชาสัมพันธ์ความคืบหน้าในการเสนอตัวประมูลสิทธิ์เป็นเจ้าภาพ จัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020และผลประโยชน์ที่ประเทศไทยได้รับให้ประชาชนทราบ 10. สนับสนุนเป็นเจ้าภาพจัดงานไมซ์ ■ งาน IT&CMA/CTW ■ งาน Asia for Asia Meeting Industry Summit ■ Thailand Convention Day ■ Dinner Forum (Exhibition)



THAILAND
convention & exhibition bureau

White Paper เจตนารมณ์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

www.tceb.or.th



Business events
reach new heights
in Thailand



ตัวอย่าง - ความรู้เกี่ยวกับการเฝ้าระวังกลุ่มนิ่วฉวสีที่อาจเข้าก่อเหตุ
และการลักลอบการวางระเบิดในพื้นที่

จุดลาดเฝ้าระวังและการลักลอบการวางระเบิด



ป้องกัน ปืนฟู ต่อเนื่อง
ต่อเนื่อง ควบคุม ป้องกัน
ปืนฟู ต่อเนื่อง ควบคุม
ต่อเนื่อง ปืนฟู ป้องกัน
ควบคุม ปืนฟู





สำนักงานส่งเสริม
การจัดประชุมและนิทรรศการ

4 มาตรการ ชะงักกฤต...ฟื้นฟูธุรกิจอย่างยั่งยืน”



การพัฒนา (DEVELOP)

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมเพิ่มมูลค่าและยกระดับอุตสาหกรรม	
กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาพื้นที่และ Package กิจกรรมเพิ่มมูลค่าภายในประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์	11. ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ - โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE) - จัดกลุ่มองค์กร/หน่วยงาน ดูงานด้านไมซ์ในประเทศ (Familiarization Trip) - ส่งเสริมการตลาดและการขายโดยจัดทำบูธ "ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ" ในเทศกาลเที่ยวเมืองไทย Thailand Travel Fair (TTF) พร้อมเอกสารเผยแพร่ (5,000 ชุด) - จัดทำ Package พิเศษ ส่งเสริมการขาย สำหรับลูกค้า สสป. - ประชาสัมพันธ์และโฆษณาในและต่างประเทศ (1) Awareness of TCEB (2) Awareness of Prachum Muangthai
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์	
กลยุทธ์ที่ 4.1 เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพขององค์กรและผู้ประกอบการให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล	12. พัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ - ฝึกอบรม - Management MICE Training + Workshop - Tailor-made for MICE Industry - MICE Education - Exhibition Management Degree (EMD) - TICA/TEA Association Support

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 4.2 บริหารจัดการระบบฐานข้อมูลและวิจัย เพื่อการบริการอุตสาหกรรม	13. ศึกษาวิจัย ▪ โครงการสำรวจสถิติการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ปี 2554 ▪ โครงการสำรวจสถิติการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย ปี 2554 โดยชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ▪ โครงการศึกษาภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยและภาพลักษณ์ของ สสปน. ในการเป็นผู้ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ปี 2554 ▪ โครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ สสปน. ปี 2554 ▪ โครงการสำรวจและประเมินผลที่ได้รับจากผู้เข้าร่วมงานประชุมนานาชาติในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 ▪ โครงการศึกษาข้อมูล MICE Unique & Unusual Venue ▪ โครงการศึกษาวิจัยของพื้นที่จัดงาน World Expo 2020 - ตามมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 24 สิงหาคม 2553 ให้ สสปน. ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในเชิงลึก (Detail Project Feasibility Study) 3 พื้นที่ (พระนครศรีอยุธยา ชลบุรีและเชียงใหม่) ให้ได้ผลสรุปใน 120 วัน

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
	14. พัฒนาระบบฐานข้อมูล ▪ E-database Management ▪ Intelligence Center - พัฒนา Intelligence Micro Site บนเว็บไซต์สสป. - โครงการพัฒนาข้อมูล โดยจะดำเนินการพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลกับสำนักงานส่งเสริมและพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และวางแผนทางการเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐกับข้อมูลจากสมาคมการประชุมนานาชาติ (TICA) สมาคมแสดงสินค้าไทย (TEA) และสมาคมโรงแรมไทย (THA) บนเว็บไซต์สสป.
กลยุทธ์ที่ 4.3 กำหนดและยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของการจัดงานประชุมและนิทรรศการ	15. พัฒนามาตรฐานไมซ์ ▪ MICE Security Management Security Standard ▪ Green Meeting ▪ Exhibition Show Audit
ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและระหว่างประเทศ	
กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ	16. เข้าร่วมเป็นสมาชิกและดำเนินกิจกรรม สมาคมนานาชาติด้านการจัดประชุม ▪ เข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคม (ICCA/UIA/AACVB/DMAI/PCMA) ▪ ร่วมประชุมประจำปี 4 สมาคม (ICCA/UIA/AACVB/PCMA) ▪ เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดร่วมกับประเทศสมาชิก AACVB 17. สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย) และสมาคมการแสดงสินค้า(ไทย) (TICA/TEA Support)

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	กิจกรรม
	18. โครงการ Bangkok Exhibition City of ASEAN ▪ จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณา ▪ Promote & AD (โฆษณาประชาสัมพันธ์/Road Show/Online Marketing) ▪ สนับสนุนกิจกรรมในต่างประเทศ (Sponsorship) 19. โครงการ MICE Clinic ▪ จัดประชุมสัมมนาหาแนวทางแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการไมซ์ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 10 หน่วยงาน 20. ส่งเสริมกิจกรรม THAI TEAM ▪ พัฒนาการบริหารและประสานความร่วมมือ อำนวยความสะดวกผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE LANE) - ค่าใช้จ่ายสำหรับบริหารสำนักงานส่วนหน้าที่สนามบินสุวรรณภูมิ (ค่าจ้าง/ลูกจ้าง/ค่าสาธารณูปโภค/ค่าใช้จ่ายสำนักงาน) ▪ สัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับความร่วมมือหน่วยงานไทยทีม 25 หน่วยงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยกระดับศักยภาพและบทบาทของ สสปน.	
กลยุทธ์ที่ 6.1 พัฒนาระบบบริหารงานภายในองค์กร	21. การวางแผนและติดตามประเมินผล ▪ จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดทิศทาง และกรอบแผนงาน ปี 2555 ของ สสปน. และแนวทางการติดตามและประเมินผล
กลยุทธ์ที่ 6.2 พัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร	22. โครงการวิเคราะห์ และปรับปรุงโครงสร้างองค์กร 23. โครงการจัดทำแผนฝึกอบรมพนักงานสสปน. ตามกรอบขีดสมรรถนะหลักและขีดสมรรถนะเฉพาะตำแหน่ง





Thailand Convention and Exhibition Bureau
>> *Moving Forward Together* >>



THAILAND
convention & exhibition bureau