



สำนักงานส่งเสริม  
การจัดประชุมและนิทรรศการ

# สถิติ MICE 2546-2553

สงวนลิขสิทธิ์ 2554 © สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ส่วนงานองค์ความรู้ไอซ์

อาคารสยามทาวเวอร์ ชั้น 26 เลขที่ 989 ถ.พระราม 1 ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทร. (66) 2 694 6000 แฟกซ์ (66) 2 658 1411 website: [www.tceb.or.th](http://www.tceb.or.th) email: [info@tceb.or.th](mailto:info@tceb.or.th)

M

## Meeting (M): International Corporate Meeting

การประชุมนานาชาติของกลุ่มบริษัทเอกชน โดยเป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากบริษัทเดียวกัน หรือบริษัทในเครือเดียวกัน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. International Meeting: การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมการประชุมเดินทางมาจากประเทศต่างๆ ตั้งแต่ 2 ทวีปขึ้นไป
2. Regional Meeting: การประชุมที่ผู้เข้าร่วมการประชุมเดินทางมาจากประเทศต่างๆ ในทวีปเดียวกัน ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป
3. National Offshore Meeting: การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมเดินทางมาจากประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียว จากทวีปใดๆ มาร่วมประชุมกัน หรือมาร่วมประชุมกับประเทศเจ้าภาพ

I

## Incentive (I): International Corporate Incentive Travel

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ (International Incentive Travel) เป็นการจ้ดนำเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงาน เพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายของบริษัท โดยบริษัทผู้ให้รางวัลเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว

C

## Convention (C): International Non-Corporate Meeting

การประชุมนานาชาติของกลุ่มองค์กร โดยเป็นการรวมกัน หรือเรียกให้มารวมกันของกลุ่มบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Association Meeting: การประชุมของสมาคม/องค์กรนานาชาติ ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวิชาชีพเดียวกัน หรือคล้ายกัน
2. Government Meeting: การประชุมของภาครัฐ ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลจากหน่วยงานภาครัฐ

E

## Exhibition (E): International Exhibition (Trade Fair)

การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ คือการแสดงผลงาน สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายชม โดยมีการจัดงานแสดงสินค้า มีวัตถุประสงค์หลักเชิงพาณิชย์ ให้การก่อให้เกิดการติดต่อซื้อขายระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. Public Show: การจัดงานแสดงสินค้าโดยที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้บริโภค
2. Trade Show: การจัดงานแสดงสินค้าโดยที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้ประกอบการ
3. Trade and Public Show: การจัดงานแสดงสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ

# ผลประโยชน์ของประเทศจากธุรกิจ MICE (Multiple Benefits)

## ผลประโยชน์ระดับที่ 1 (Primary Benefits)

- เป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยตรง (Direct Interests) จากกิจกรรมการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ และการแสดงสินค้านานาชาติ โดยมีผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) ที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง คือ Venue, Organizer, PCOs, PEOs, DMCs และโรงแรม

## ผลประโยชน์ระดับที่ 2 (Secondary Benefits)

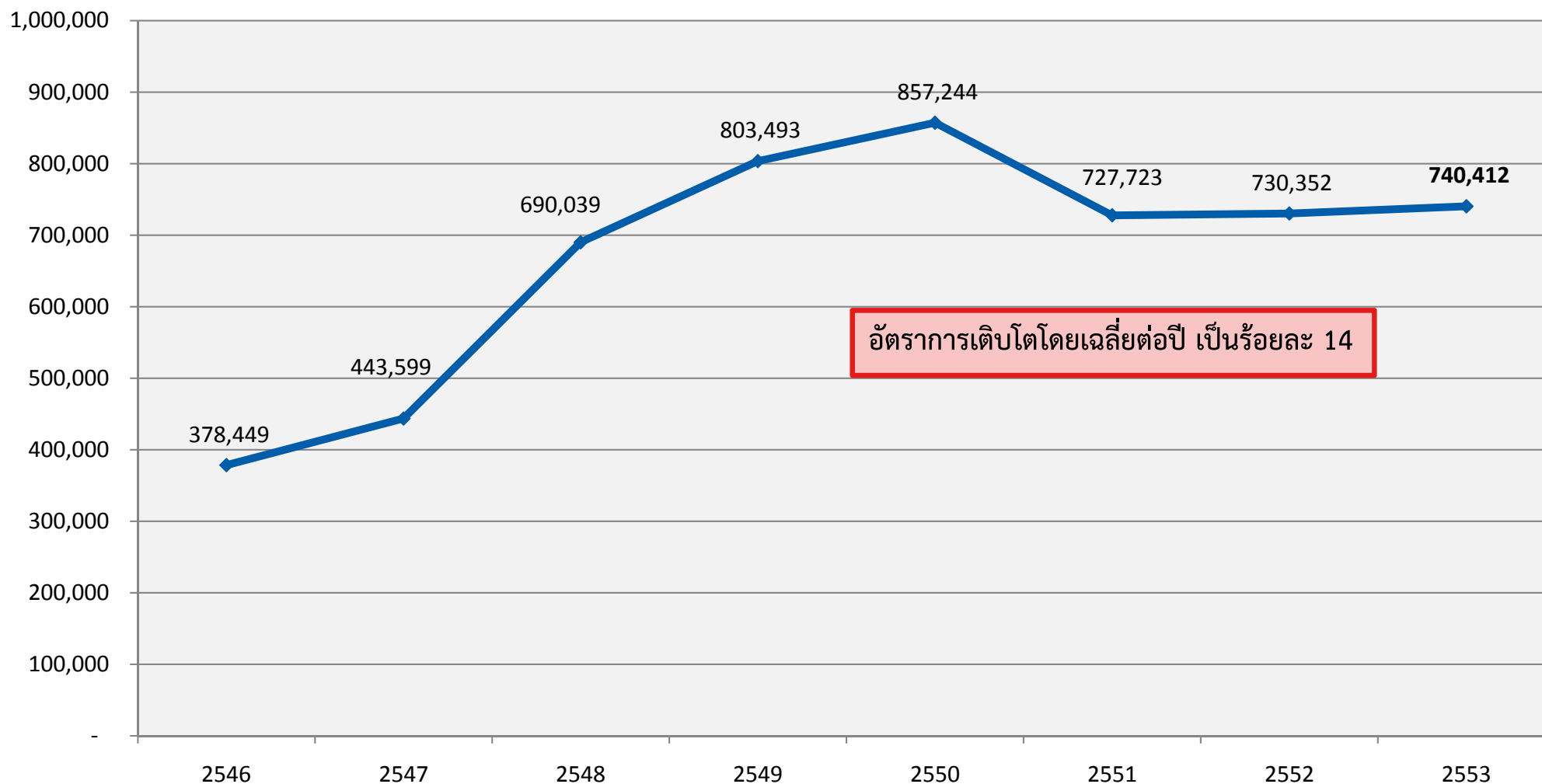
- เป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวเนื่อง (Related Interests) จากกิจกรรมการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ และการแสดงสินค้านานาชาติ โดยมีผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) ที่ได้ผลประโยชน์ เช่น Contractors, Freight Forwarders, Exhibitors, Restaurants & Entertainments, Tour Agents, Shopping Centers, Transportation & Communication ธาราคาร และพนักงานชั่วคราวในพื้นที่แสดงสินค้า

## ผลประโยชน์ระดับที่ 3 (Tertiary Benefits)

- เป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นตกทอด (Multiple Interests) จากการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ และการแสดงสินค้านานาชาติ ที่ไม่สามารถคำนวณมูลค่าเป็นเงินได้มายังประเทศไทยโดยรวม เช่น Technology and knowledge Transfer, International Trade และ Positive Image

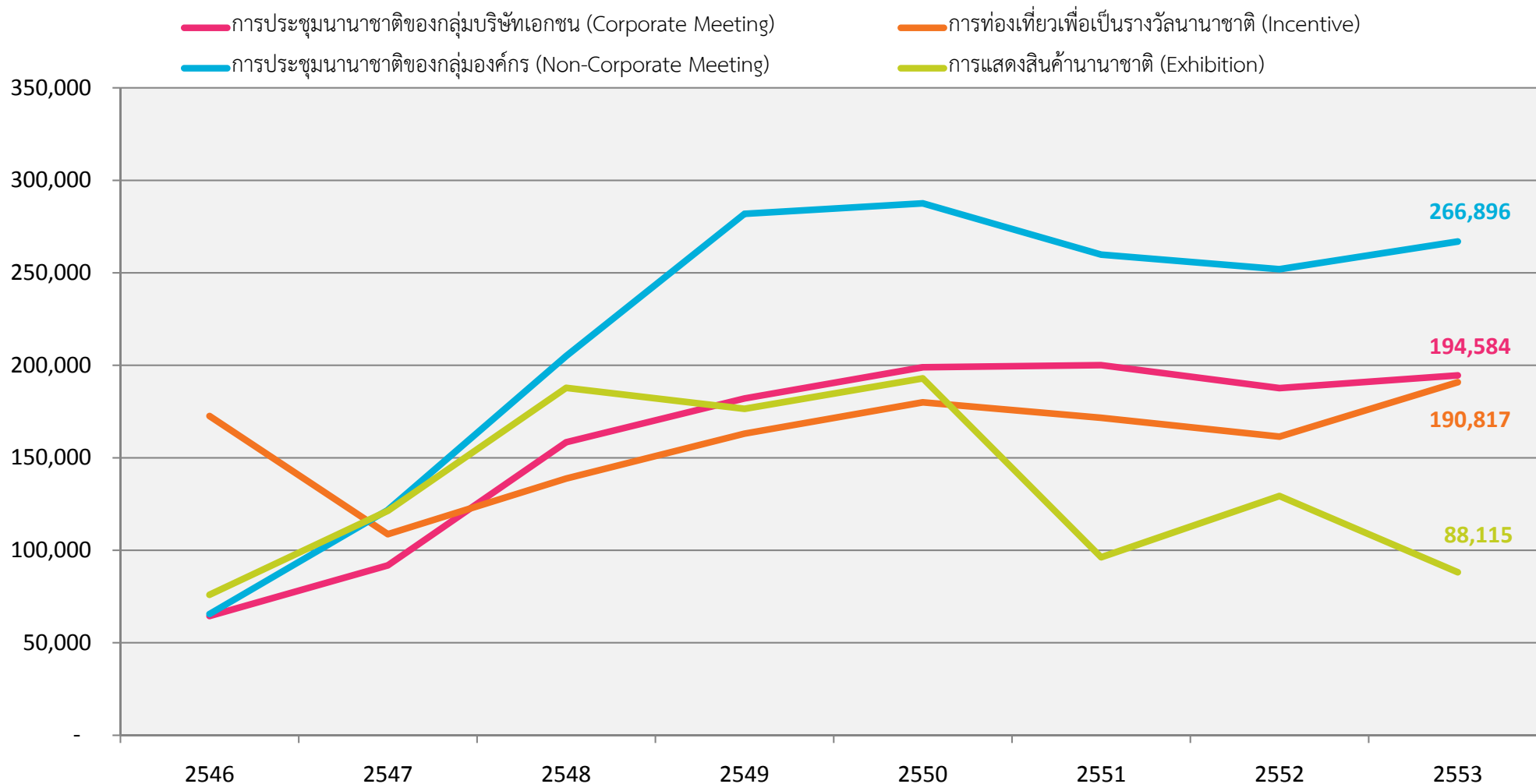


# จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ทั้งหมด (คน)



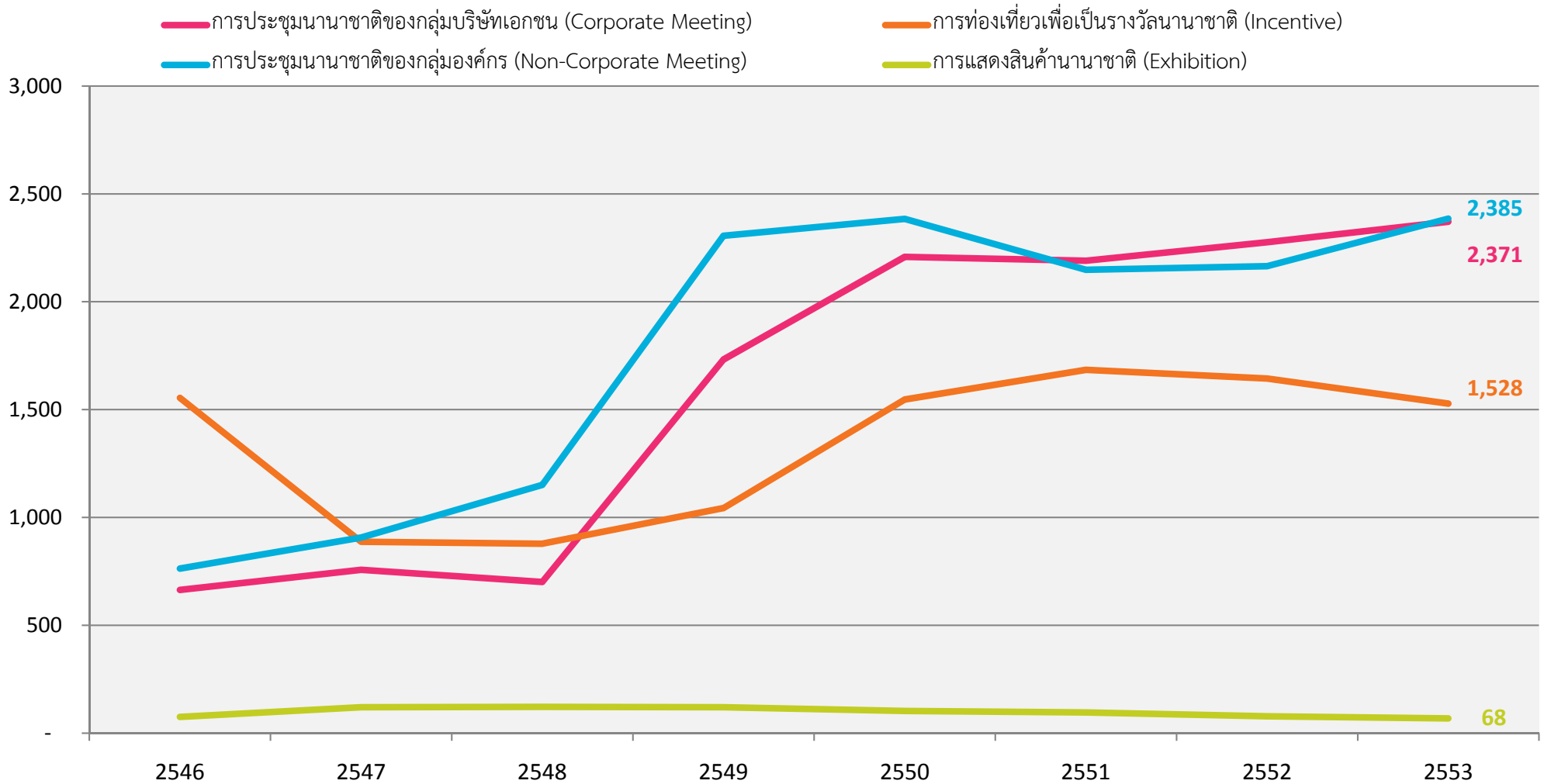
นับตั้งแต่ปี 2546 เป็นต้นมา มีนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เข้ามายังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2550 เป็นปีที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สูงสุด จำนวน 857,244 คน แต่เนื่องด้วยวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ลดลงเหลือ 700,000 คนในปี 2551 แต่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปีที่แล้ว (2553) มีจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เข้ามายังประเทศไทยมากถึง 740,412 คน

# จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE รายประเภทธุรกิจ (คน)



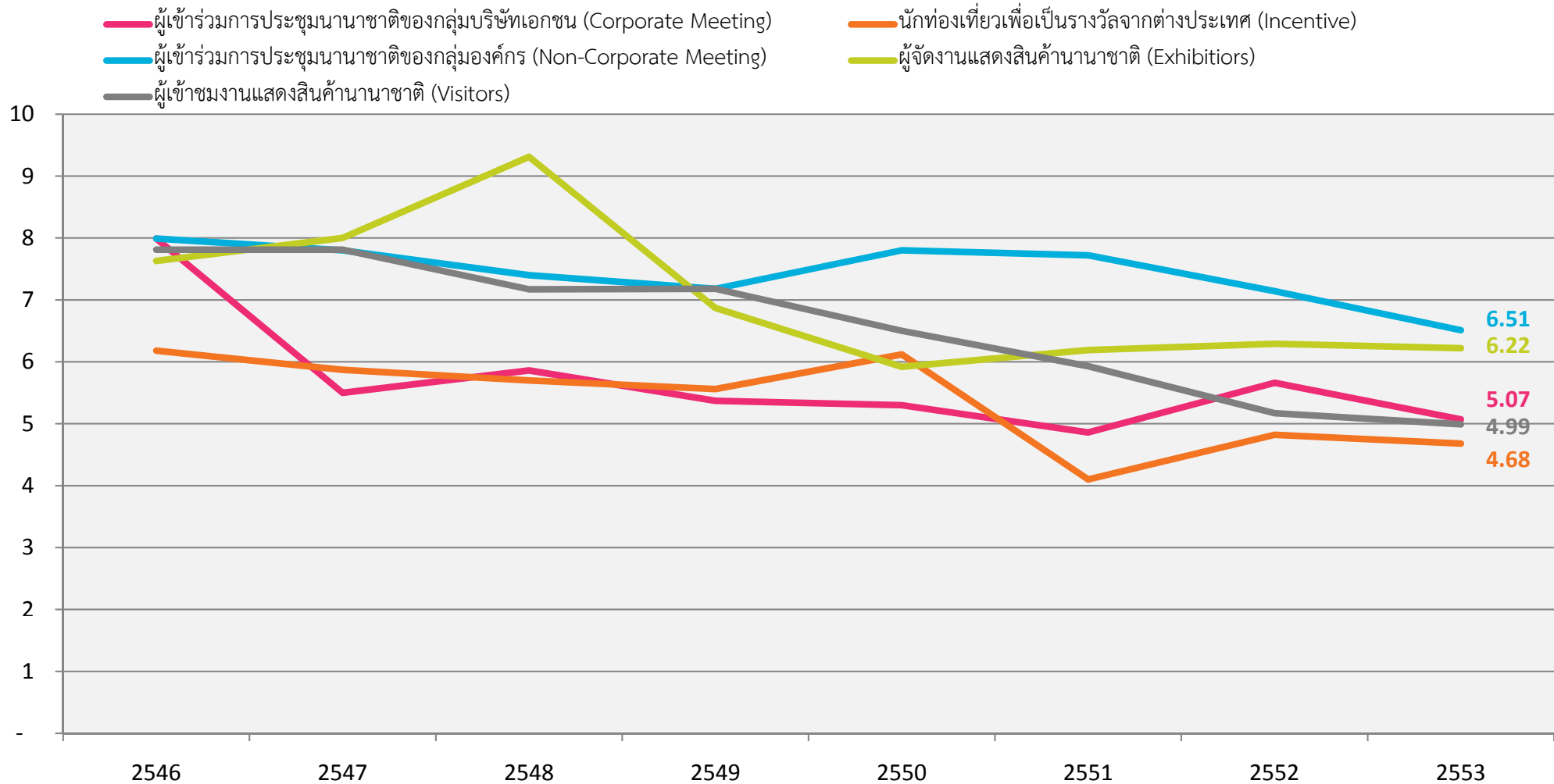
สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามกลุ่มธุรกิจ ธุรกิจการจัดประชุมสมาคมนานาชาติ มีการเติบโตสูงที่สุด โดยมีนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เข้ามา มากถึง 266,896 คน โดยเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นไป ส่วนกลุ่มการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ใกล้เคียงกัน หลังปี 2547 โดยมีนักท่องเที่ยวอยู่ที่ระหว่าง 150,000 และ 200,000 คนต่อปี ในขณะที่กลุ่มธุรกิจงานแสดงสินค้าและ นิทรรศการ มีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2551 มาอยู่ที่ประมาณ 88,000 คนในปี 2553

# จำนวนกิจกรรม MICE แยกรายธุรกิจ (ครั้ง/กลุ่ม/งาน)



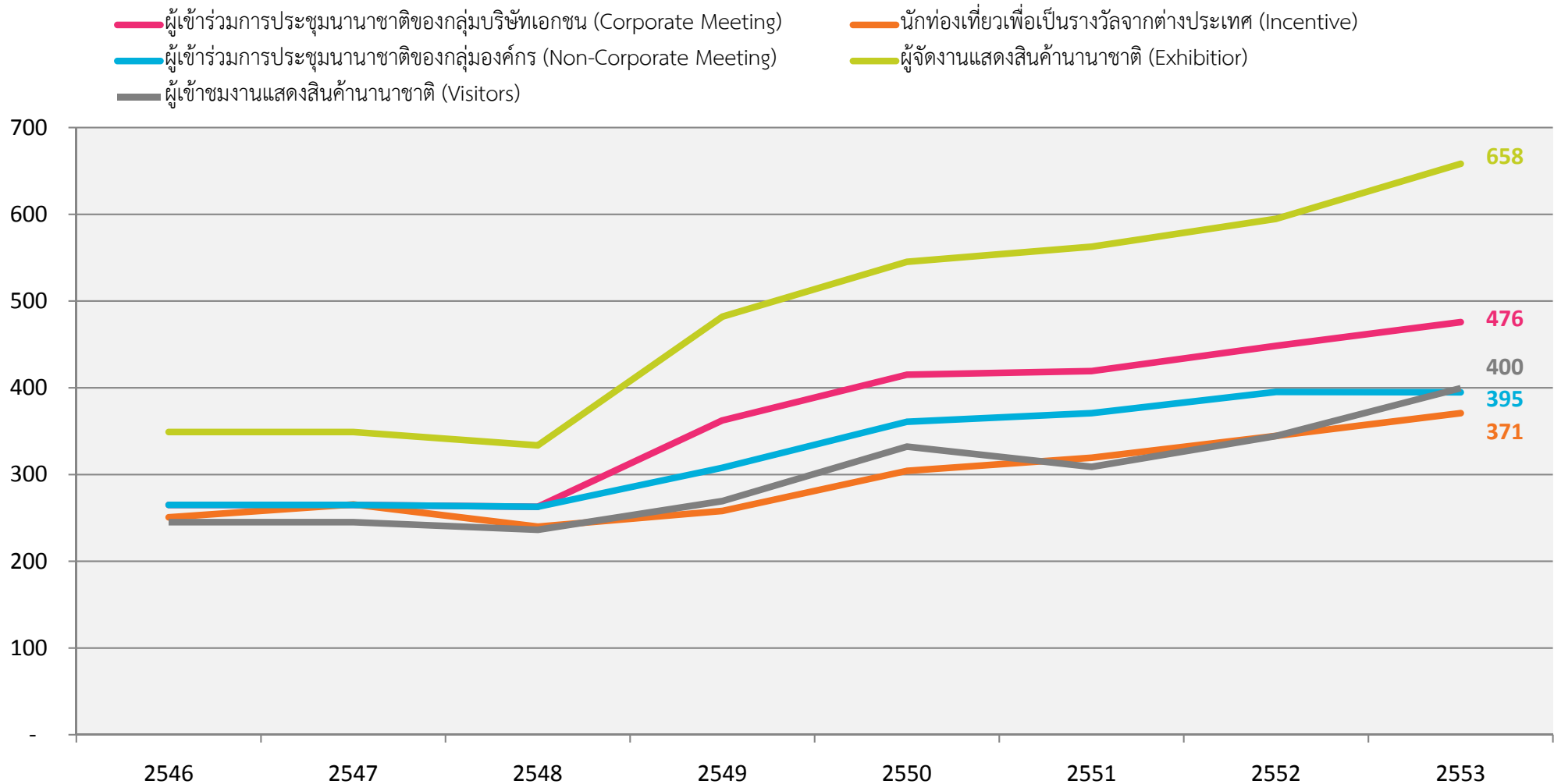
จำนวนกิจกรรมไมซ์จากทุกประเภทธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ยกเว้นธุรกิจการแสดงผลสินค้านานาชาติ สำหรับจำนวนการจัดประชุมนานาชาติ ทั้งของกลุ่มบริษัทเอกชน และกลุ่มองค์กรนั้น มีมากกว่า 2,000 ครั้งในปี 2553 ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2549 และอยู่ที่ 1,528 กลุ่ม ในปี 2553 ธุรกิจการแสดงผลสินค้ามีความแตกต่างจากธุรกิจอื่นเนื่องจากมีแนวโน้มคงที่ เฉลี่ยประมาณ 98 งานต่อปี

# ระยะพำนักเฉลี่ย (วัน)



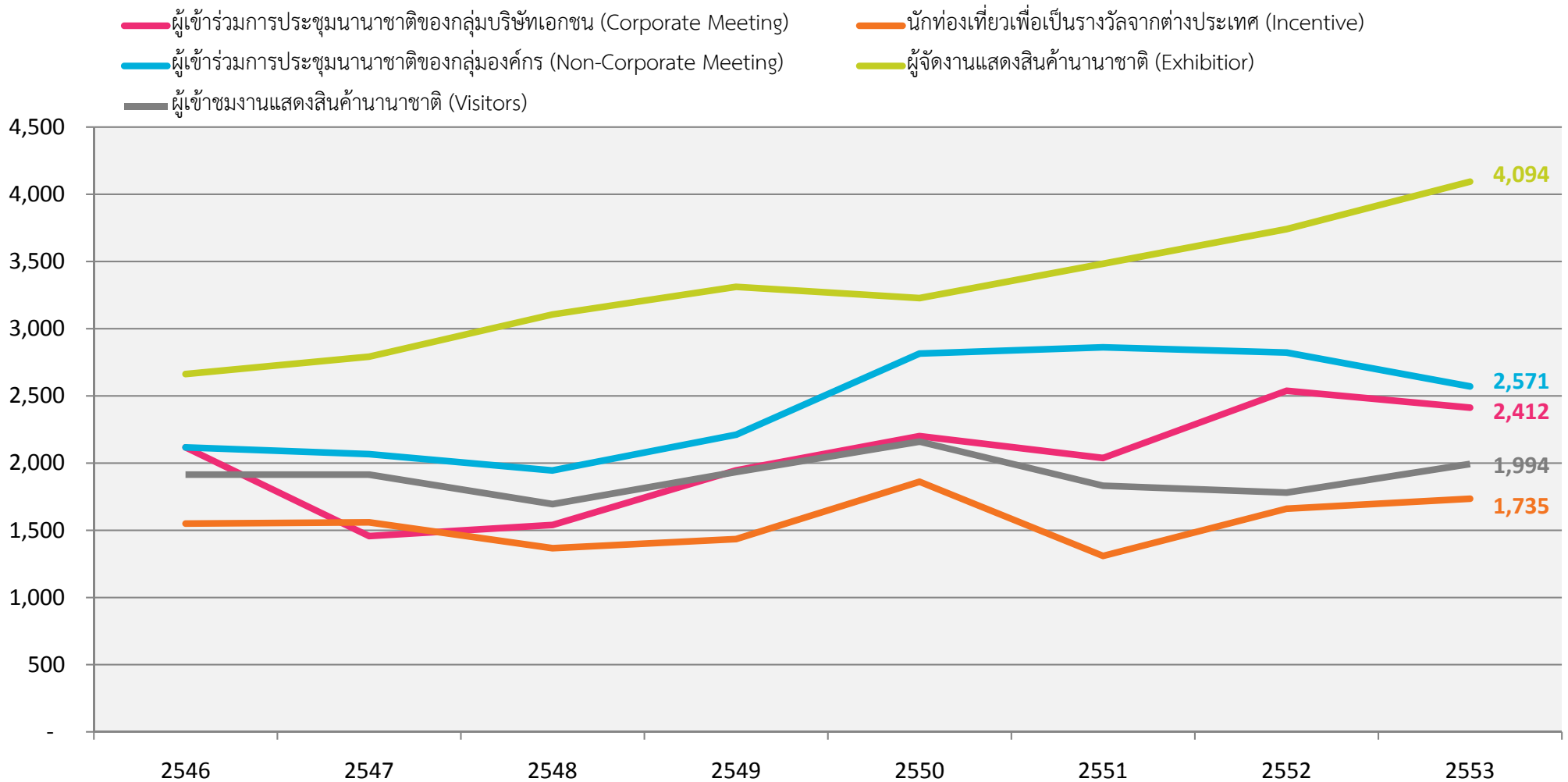
ระยะพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์อยู่ระหว่าง 4 ถึง 7 วันในปี 2553 ซึ่งลดลงจากเดิมมาโดยตลอดในทุกภาคธุรกิจ จากระหว่าง 6 ถึง 8 วันในปี 2546 โดยเฉพาะในธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติที่กลุ่มผู้จัดงานอยู่นานเฉลี่ยสูงสุดถึง 9 วันในปี 2548 ทั้งนี้โดยทั่วไปแล้ว กลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้าจะอยู่นานกว่ากลุ่มผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าประมาณ 1 วัน

# ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน (ดอลลาร์สหรัฐ)



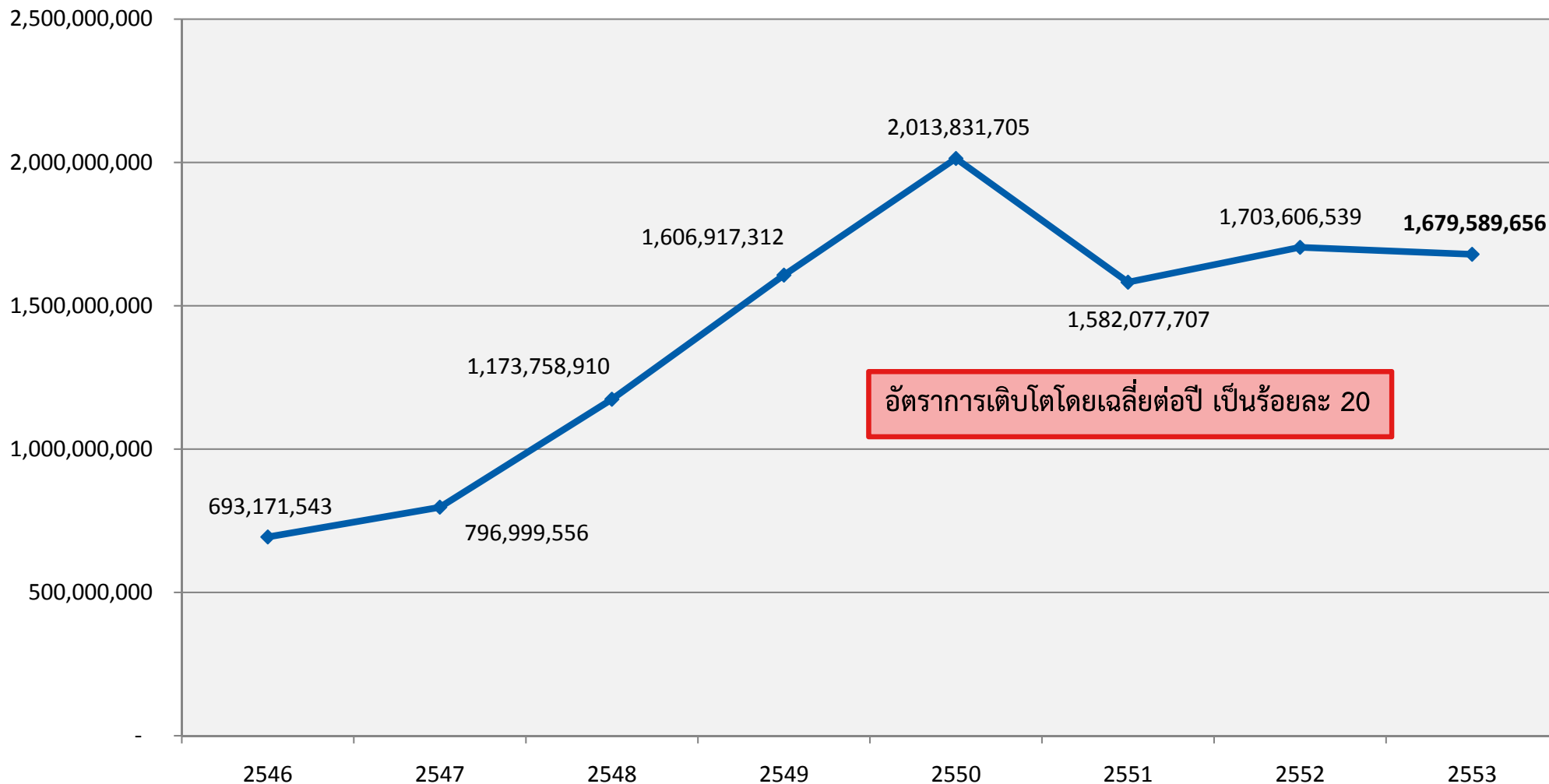
นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีแนวโน้มใช้จ่ายสูงขึ้น ตั้งแต่ปี 2548 ในปี 2553 ธุรกิจที่มีการจ่ายเงินสูงที่สุด คือ กลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งคิดเป็น 658 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในกลุ่มธุรกิจการจัดประชุมมีการจับจ่ายเป็นอันดับที่สอง คือ 476 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ และผู้เข้าร่วมประชุมสมาคมนานาชาติใช้จ่ายอยู่ที่ระหว่าง 371 ถึง 395 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อวัน

# ค่าใช้จ่ายต่อกัน (ดอลลาร์สหรัฐ)



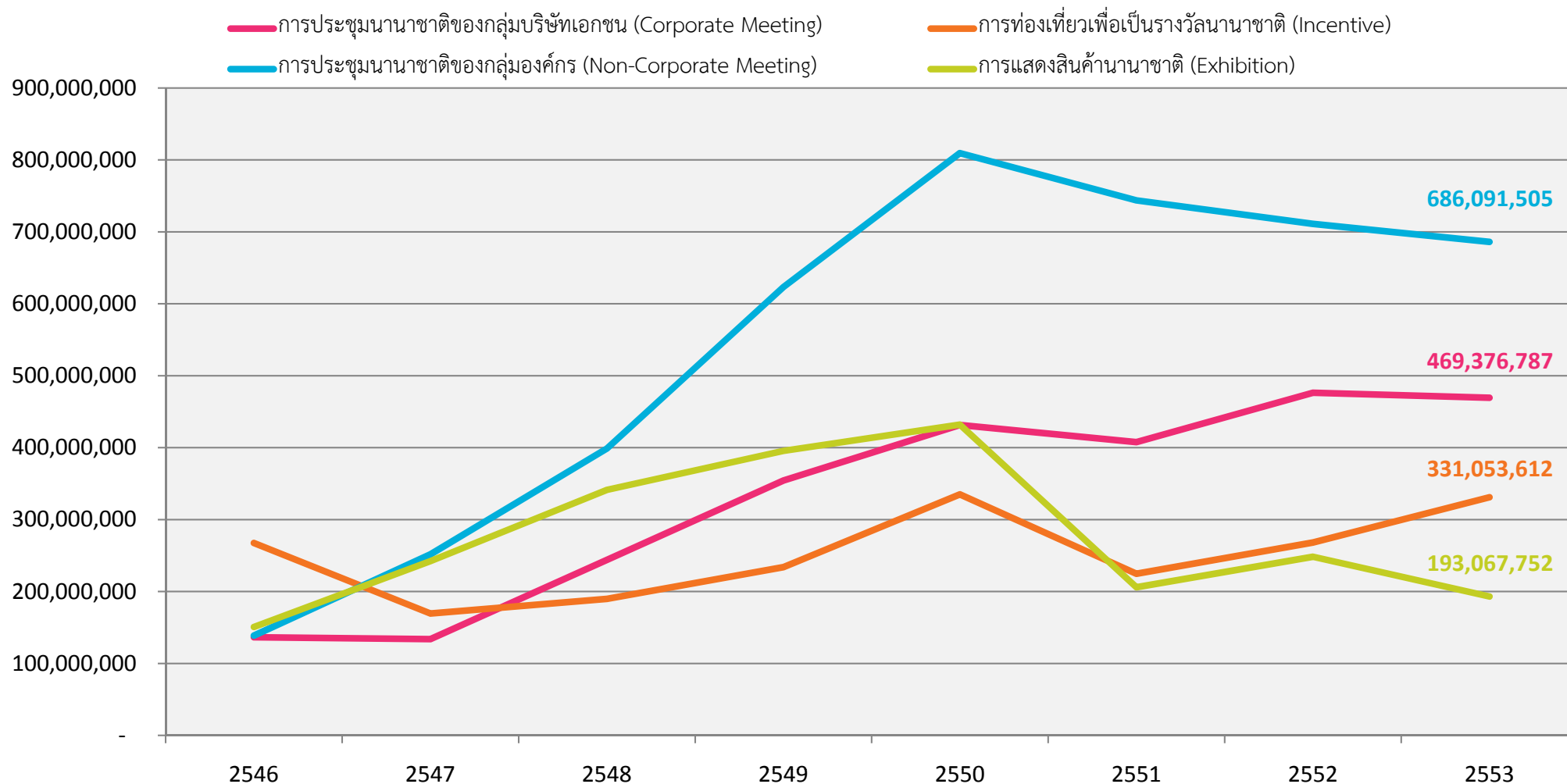
ผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติมีการใช้เงินเฉลี่ยต่อกันสูงสุด โดยในปี 2553 มีการใช้จ่ายสูงถึง 4,094 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากมากกว่า 2,500 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2546 ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานใช้จ่ายน้อยกว่า และคงที่อยู่ที่ประมาณ 2,000 ดอลลาร์ต่อกันต่อปี ส่วนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติของกลุ่มบริษัทเอกชนและกลุ่มองค์กรหรือการประชุมสมาคมนานาชาติ มีการใช้จ่ายอยู่ที่ประมาณ 2,500 ดอลลาร์ต่อกันต่อปี ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการจับจ่ายน้อยที่สุด อยู่ที่ 1,735 ดอลลาร์ในปี 2553

# ประมาณการรายได้จาก MICE (ดอลลาร์สหรัฐ)



ในปี 2553 อุตสาหกรรมไมซ์นำรายได้เข้าประเทศไทยสูงถึงเกือบ 1,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยนับแต่ปี 2546 ที่มีการจัดเก็บตัวเลขสถิติ รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้นจากประมาณ 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไปสูงสุดที่ประมาณ 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 และ ลดลงมาอยู่ที่ประมาณ 1,580 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2551 เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจ ก่อนปรับตัวเพิ่มขึ้นในปี 2552 และลดลงเล็กน้อยในปี 2553

# ประมาณการรายได้จาก MICE แยกตามประเภทธุรกิจ (ดอลลาร์สหรัฐ)



เมื่อแยกตามรายธุรกิจ การประชุมนานาชาติของกลุ่มองค์กรหรือธุรกิจการจัดประชุมสมาคมนานาชาตินำรายได้มาสู่ประเทศไทยสูงสุด คือ ประมาณเกือบ 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2553 โดยเพิ่มขึ้นจาก 150 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2546 ส่วนธุรกิจที่นำรายได้เข้ามาเป็นอันดับที่สอง คือ ธุรกิจการจัดประชุม ซึ่งนำรายได้เข้ามามากกว่า 450 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปีในปี 2553 ในขณะที่ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรางวัล และการจัดแสดงสินค้านานาชาตินำรายได้เข้ามาสู่ประเทศไทยในปี 2553 เป็นจำนวน 331 ล้านและ 193 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ

# สถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้านานาชาติ ในประเทศไทย ปี 2546-2553

จากโครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย

## วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อทราบข้อมูลพื้นฐานเชิงสถิติของธุรกิจการประชุมนานาชาติ ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ และธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ ในประเทศไทย
2. เพื่อทราบภาพรวมและสถานการณ์ทางการตลาด MICE ในประเทศไทย

## จัดทำโดย

บริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด (IP&C)

## หมายเหตุ

- ข้อมูลสถิติทั้งหมดในรายงานนี้ เป็นการเก็บตามปีปฏิทิน
- ข้อมูลของปี พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) เป็นการประมาณการ เนื่องจากทางสสปน. เพิ่งเริ่มทำการสำรวจข้อมูลสถิติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 (ค.ศ. 2004) เป็นต้นมา