

# รายงาน ผลการดำเนินงาน ครึ่งปีงบประมาณ 2564

(ตุลาคม 2563 ถึง มีนาคม 2564)



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)  
เสนอรองนายกรัฐมนตรี นายอนุทิน ชาญวีรกูล



รายงาน  
ผลการดำเนินงาน  
ครึ่งปีงบประมาณ

2564

(ตุลาคม 2563 ถึง มีนาคม 2564)

# สารบัญ

- 2 **บทที่ 1** บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)
- 6 **บทที่ 2** สสปน. กับบทบาทที่เพิ่มเติม เสริมทัพโมชไทยให้แข็งแกร่ง
- 8 **บทที่ 3** ผลกระทบของโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรมโมช
- 18 **บทที่ 4** การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุน อุตสาหกรรมโมชในสถานการณ์โควิด-19

## 22 **บทที่ 5** ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของ สสปน.

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ ด้วยอุตสาหกรรมโมช
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้น เศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมโมช
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ ของโมชไทย และ สสปน.
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโมช และยกระดับโมชให้เป็นวาระแห่งชาติ
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานภายในขององค์กร

## 30 **บทที่ 6** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อ ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโมช อย่างยั่งยืน





# บทที่ 1

## บทสรุป สำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

“ สสปน. เป็นหน่วยงาน  
ที่สร้างความเข้มแข็งให้  
กับประเทศ ไม่ใช่เฉพาะ  
อุตสาหกรรมไอซ์เท่านั้น  
แต่เราคือ Vehicle ในการ  
ผลักดันเศรษฐกิจของชาติ  
ซึ่งที่ผ่านมารัฐบาลให้การ  
สนับสนุน สสปน. มาโดยตลอด  
สิ่งที่เราจะทำต่อไปคือการ  
สนับสนุนรัฐบาลโดยการออก  
ไปช่วยเมือง ซึ่งจริงๆ แล้วเป็น  
สิ่งที่เรากำลังทำตลอด จนเป็น  
DNA ขององค์กรไปแล้ว ”

นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา  
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริม  
การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ ได้ส่งผลกระทบต่อ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภาคธุรกิจ รวมไปถึงอุตสาหกรรมไอซ์อันเป็น  
เวทีเชื่อมโยงทางการค้า การพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างเครือข่าย  
ความสัมพันธ์ และการเจรจาทางธุรกิจ ซึ่งไม่สามารถจัดงานในรูปแบบ  
ปกติ (Physical Event) ได้ ในฐานะหน่วยงานของรัฐ ที่มีส่วนผลักดัน  
เศรษฐกิจเชิงบวกให้กับประเทศ ตระหนักถึงผลกระทบที่ได้รับจาก  
โควิด-19 จึงปรับเปลี่ยนการจัดงานไปสู่รูปแบบของออนไลน์ (Virtual)  
และรูปแบบผสมผสาน (Hybrid) เช่น สนับสนุนการใช้แพลตฟอร์ม  
Virtual Meeting Space (VMS) เพื่อให้สามารถดำเนินการจัดกิจกรรม  
ไอซ์ได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2564  
โดยเฉพาะงานเมกะอีเวนต์ ยังคงรักษาจำนวนงานได้อย่างครบถ้วน

### การรับมือกับโควิด-19 ระลอกใหม่

ความสามารถในการรับมือสถานการณ์โควิด-19 ระลอกใหม่ของ  
สสปน. ครั้งนี้ เป็นการตั้งรับอย่างเตรียมพร้อม เน้นนโยบายการทำงาน  
เชิงรุก เพื่อกระตุ้นกิจกรรมไอซ์ภายในประเทศ อาทิ การทำงานร่วมกับ  
สมาคม และภาคเอกชนต่างๆ ในมิติที่ลึกซึ้ง เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่  
ผู้ประกอบการไอซ์ต้องการในยามวิกฤต ให้การสนับสนุนด้านการฝึก  
อบรม ตลอดจนมุ่งเน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งจะ  
เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อไปในอนาคต เช่น การจัดทำโครงการ “Thailand’s  
MICE Startup 2020” เพื่อผลักดันให้เกิด Ecosystem ของ Startup  
รุ่นใหม่ ที่จะเป็พลังสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมในการส่งเสริม  
อุตสาหกรรมไอซ์ไทยให้มีศักยภาพทัดเทียมกับนานาชาติ

## กลยุทธ์เชิงรุกในสถานการณ์อันท้าทาย

ท่ามกลางสถานการณ์ของประเทศที่ยังคงถูกจำกัดเรื่องการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อนักเดินทางที่จะเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย ซึ่งถือเป็นความท้าทายอย่างมากในการขับเคลื่อนและรักษาสถานภาพของประเทศไทยในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค แต่สิ่งที่จะเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานได้ดีที่สุด คือ การสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยของการจัดงานภายในประเทศ ดังนั้น สสปน. จึงยึดแนวทางปฏิบัติด้านสุขอนามัยสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Hygiene Guidelines) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนานาชาติ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 4 ประเทศที่องค์การอนามัยโลกแนะนำให้เป็นประเทศที่เหมาะสมสำหรับการจัดประชุมและสัมมนามากที่สุดในโลก กอปรกับเป็นประเทศเดียวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีการจัดงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ระลอกใหม่ และไม่มีรายงานการพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ที่เกิดขึ้นจากการจัดงานทุกงาน

พร้อมกันนี้ ยังสานต่อแคมเปญ “ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า” โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมไมซ์นอกสถานที่ ซึ่งได้รับความสนใจจากหน่วยงานต่างๆ เป็นจำนวนมาก โดย สสปน. ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมไมซ์ไปทั้งสิ้น 967 กลุ่ม หรือเท่ากับจำนวนนักเดินทางไมซ์ 50,983 คน สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศกว่า 237 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากผู้เดินทางมาร่วมงาน 144 ล้านบาท และจากผู้จัดงานอีก 93 ล้านบาท ต่อมา เมื่อสถานการณ์โควิด-19 ภายในประเทศเริ่มผ่อนคลายและมีการปรับตัวที่ดีขึ้น สสปน. เดินหน้าอัดแคมเปญ “เปิดเมืองปลอดภัย จัดงานไมซ์มั่นใจ ด้วยมาตรฐาน” ร่วมกับกรมอนามัย ภาครัฐ และภาคเอกชนอีก 27 หน่วยงาน ผลักดัน 10 เมืองไมซ์ (MICE City) ที่มีศักยภาพ ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัย สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ได้ทันทีหากมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 300 คน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศโดยเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

“ สสปน. เป็นทั้ง Growth Driver เป็น ผู้สร้างโอกาส (Opportunity Creator) เป็นผู้ประสานงาน (Collaborator) เป็นผู้ให้การสนับสนุน (Supporter) และเป็นผู้นำทางความคิด (Thoughts Leader) เราคิดในสิ่งที่คนอื่นไม่คิด เช่น การนำงาน Air Show เข้ามาจัดในประเทศไทย และเราทำการตลาดให้กับประเทศผ่านเครื่องมือคือไมซ์ ”

นางนิชาภา ยศวีร์

รองผู้อำนวยการ สายงานธุรกิจ





“ สิ่งที่เน้นในสายงานคือ (1) การผลักดันนโยบายให้เมืองเตรียมความพร้อม เพราะถ้าเมืองไม่มีความพร้อม การจัดงานที่ยั่งยืนจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ (2) คือการสร้างความรู้ ภาวลักษณะ และดีเอ็นเอของแต่ละเมือง ซึ่งล้วนแต่มีเอกลักษณ์ของตัวเอง (3) คือการพัฒนา EcoSystem ของอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งด้านศักยภาพของบุคคล สถานที่จัดงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ”

.....  
**นางศุภวรรณ ตีระรัตน์**  
 รองผู้อำนวยการ สายงานพัฒนาและนวัตกรรม

## พัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนด้วย Festival Economy

นอกจากการขับเคลื่อนกลยุทธ์เชิงรุกที่มีแล้ว ในด้านส่งเสริมระบบนิเวศของอุตสาหกรรมไมซ์ สสปน. ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability) โดยกระจายความเจริญ ส่งเสริมความเข้มแข็งไปสู่ภูมิภาค เช่น ยกกระตือรือร้นการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคให้เป็นงานระดับประเทศหรือ Festival Economy โดยนำอัตลักษณ์ที่น่าสนใจในแต่ละเมืองมาเป็นไฮไลท์ในการจัดงานเทศกาล และผลักดันเทศกาลดังกล่าวเป็น “1 City 1 License Event” หรือ “หนึ่งเมือง หนึ่งสิทธิบัตรงานเทศกาลนานาชาติ” เพื่อขับเคลื่อน “Festival Economy” ของประเทศไทย สู่ตลาดโลกในอนาคต

อย่างไรก็ตาม การจัดงานเทศกาล “Festival” จำเป็นต้องอาศัย 4 องค์ประกอบหลัก จึงจะเรียกว่าเป็นงานเทศกาลที่แท้จริง ได้แก่ การทำงานร่วมกับเมือง มิติของชุมชน มีผู้จัดงาน และมีกลุ่มแฟนเบส ดังนั้น การจัดงานเทศกาล จึงเป็นกิจกรรมระดับชาติที่เกี่ยวกับการพัฒนาเมือง ระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมือง และบุคลากรภายในพื้นที่ ถือเป็นเครื่องมือในการสร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืนให้กับประเทศ

## เตรียมความพร้อมจัดงานนานาชาติเข้าสู่ประเทศไทย

ในส่วนของแผนการดำเนินงานนานาชาติเข้ามาจัดในประเทศไทยนั้น สสปน. จัดทำแผนแม่บทขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ลีอก-อิน และอุตสาหกรรมเป้าหมายผ่านการส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนและส่งเสริมงานแสดงสินค้านานาชาติในกลุ่มโลจิสติกส์และโครงสร้าง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างงานใหม่ รวมถึงการประมูลสิทธิงานระดับโลกเป็น Global Agenda เข้ามาจัดในประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งปัจจุบันอยู่ในกระบวนการเจรจานำเอา Thailand International Air Show ซึ่งเป็นงานใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เข้ามาจัดในประเทศไทยเป็นครั้งแรกภายในปี 2566 จากปกติจะจัดขึ้นที่ประเทศฝรั่งเศส และสิงคโปร์



“ สสปน. มีศักยภาพ  
ในการทำให้ “เกิด” ธุรกิจ  
เพราะเราเป็นเครื่องมือ  
ทางเศรษฐกิจในการดึง  
อุตสาหกรรมหลักที่ประเทศ  
ต้องการให้เข้าสู่ประเทศไทย  
ซึ่งเราต้องมองไปในอนาคต  
ต้องทำงานล่วงหน้าเพื่อให้  
เกิดเม็ดเงินทางเศรษฐกิจ ”

นางสาววิชา สุนทรศากุล  
รองผู้อำนวยการสายงานบริหาร

สำหรับแนวทางการดำเนินการในระยะต่อไป อุตสาหกรรมไมซ์ จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เพื่อเดินหน้าตามนโยบายที่ตั้งเป้าไว้ เช่น การพัฒนาเมืองและกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคให้มากที่สุด เพื่อสร้างความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดประชุม และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งปัจจุบันคู่แข่งที่สำคัญคือประเทศเวียดนาม เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย

ส่วนของการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) สสปน. มีนโยบายในการสร้างพันธมิตรการประชุมแห่งเอเชีย “Asia Alliance Convention” เพื่อฟื้นฟูการจัดประชุมระดับนานาชาติในภูมิภาค และส่งเสริมการสร้างงาน Home Grown Convention ของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชีย และหมุนเวียนกันจัดในประเทศเพื่อนบ้านของเอเชีย เพื่อสร้างระบบนิเวศใหม่ให้กับการจัดประชุมนานาชาติ อีกทั้งเพิ่มโอกาสพัฒนางานประชุมของประเทศก้าวไปสู่ระดับภูมิภาค และนานาชาติ

นอกจากนี้ สสปน. ยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและความปลอดภัยเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ในอนาคตที่มีแนวโน้มว่าจะมีขนาดเล็กลง รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์แนว Workation อย่างไรก็ตาม สำหรับนักท่องเที่ยวไมซ์จากต่างประเทศ เป็นที่คาดการณ์ว่าจะเริ่มทยอยกลับมาบางส่วนตั้งแต่เดือนเมษายน 2564 เป็นต้นไป

การดำเนินงานของ สสปน. ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นองค์กรที่ไม่เพียงนำเม็ดเงินมูลค่ามหาศาลเข้ามาสู่ประเทศเท่านั้น แต่ยังมีองค์ความรู้ด้านวิชาการ นวัตกรรม บุคลากรที่มีความรู้ ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการสร้างอาชีพและรายได้กระจายสู่ภูมิภาค ในปีที่ผ่านมา สสปน. เป็นองค์กรมหาชนอันดับ 1 ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน จากผลสำรวจสุดยอดองค์กร Thailand’s Most Admired Company 2020 ที่ได้คะแนนสูงสุดด้านการบริหารงาน นวัตกรรม การดูแลสังคม ภาพลักษณ์องค์กร การดำเนินธุรกิจ และการบริการ รวมทั้งรางวัล Siamrath Online Award 2020 ในฐานะที่เป็นหน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ดีเด่น โดยมีคณะกรรมการคัดสรรร่วมกับการใช้ระบบ Big Data รวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มีต่อแบรนด์มาตลอด 1 ปีเต็ม





L'Étape Thailand by Tour de France



Wonderfruit

# บทที่ 2

## สสปน. กับบทบาทที่เพิ่มเติม เสริมทัพไมซ์ไทยให้แข็งแกร่ง

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. หน่วยงานรัฐ ภายใต้การกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2545 และเริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 มีพันธกิจหลักเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งครอบคลุมการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางการจัดงานระดับโลก

ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการให้บริการ และธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ เป็นอุตสาหกรรมที่มี ศักยภาพ (Potential Industry) อันมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย รัฐบาลระบุให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างแรงดึงดูดและสิ่งจูงใจให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ระบุถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ไว้ในหลายมิติ ได้แก่ ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ดังจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์ถือเป็น Strategic Platform ที่สำคัญ ที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ นำมาซึ่งการค้าการลงทุน และสร้างโอกาสให้กับประเทศไทย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

ที่จะต้องทำให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ของประเทศไทยอย่างแท้จริง และผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดกิจกรรมไมซ์และการรองรับนักเดินทางไมซ์ระดับโลกได้

อย่างไรก็ตาม สสปน. ได้เสนอแก้ไขเพิ่มเติมพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545 เพื่อปรับปรุงวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ของสำนักงานในมาตรา 7 ให้สอดคล้องกับภารกิจในปัจจุบัน ดังนี้

- (1) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศให้มีความมาตรฐานสากล
- (2) เป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และให้บริการข้อมูลดังกล่าว รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
- (3) ให้ความรู้ จัดการสัมมนา ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพ



เกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการแก่ผู้ดำเนินธุรกิจ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดความชำนาญและมีทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากล และเพื่อให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และแนวคิดด้านเศรษฐกิจสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(4) เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ

(5) ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างโอกาสให้กับประเทศ รวมทั้งเป็นศูนย์ประสานงานกับหน่วยงานอื่นเพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องที่เกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ

บทบาทหน้าที่ของ สสปน. ที่เพิ่มขึ้นมานั้น สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานระดับโลก โดยมอบหมายให้ สสปน. และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเป็นตัวแทนประเทศไทยในการจัดงานระดับโลก เช่น งานประชุม งานเมกะอีเวนต์ และเทศกาลนานาชาติ เข้ามาจัดในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการต่อยอดแบบยั่งยืน ทั้งการสร้างเม็ดเงินมูลค่ามหาศาล เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างงาน และกระจายรายได้หมุนเวียนภายในประเทศ

นอกจากนี้ สสปน. ได้ผลักดันนโยบาย “Festival Economy” เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมรดกใหม่ (New Legacy) ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งสร้างความยั่งยืนให้กับเมืองและชุมชนผ่านการจัดงานเทศกาล โดยเน้นการใช้อัตลักษณ์ของเมือง (City DNA) ในการออกแบบกิจกรรมสำหรับงานเทศกาล (Experience Design) เพื่อก่อให้เกิดระบบนิเวศใหม่ (New EcoSystem) ในการพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองผ่านการจัดเทศกาล ซึ่งจะเป็นเครื่องมือดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูง และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์รูปแบบใหม่

“Festival Economy” ได้ใช้กลยุทธ์สำคัญในการจับมือกับเครือข่ายสมาคมที่มีความเชี่ยวชาญ 5 สมาคมหลัก ได้แก่

สมาคมการค้าส่งเสริมการจัดมหรธรมและเทศกาลนานาชาติไทย (TIEFA) สมาคมการค้าผู้จัดงานกีฬามวลชนไทย (TMPSA) สมาคมเครือข่ายผู้สร้างสรรค้วิชาชีพสื่อบันเทิงไทย (TECNA) สมาคมการค้าส่งเสริมอุตสาหกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (CAPT) และสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (EMA) โดยแบ่งรูปแบบของเทศกาลออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ Festival Design และ Festival Academy ซึ่งแตกต่างจากงานอีเวนต์ทั่วไป คือ เป็นการทำงานร่วมกับเมืองหรือชุมชนในมิติที่ลึกซึ้ง รวมถึงเป็นเครื่องมือในการสร้างเศรษฐกิจ กระจายรายได้ กระจายความเจริญ ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพของเมือง พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาบุคลากรภายในพื้นที่ จึงก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างรอบด้านและยั่งยืน

ในปี 2564 สสปน. ตั้งเป้าในการจัดงานเทศกาล ภายใต้นโยบาย “Festival Economy” ไว้ทั้งหมด 5 เมือง ได้แก่ หัวหิน ลำพูน ภูเก็ต อุบลราชธานี และสงขลา สำหรับกิจกรรมที่ดำเนินการจัดไปแล้วนั้น ได้แก่ “กิจกรรมสัมพันธ์ ประชาสัมพันธ์ Festival Economy และพัฒนาเครือข่ายผู้จัดงานสัญจร” เพื่อให้ความรู้และเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในแต่ละเมืองสำหรับการจัดเทศกาลประจำเมืองที่จะเกิดขึ้นในปีนี้ ทั้งนี้ สสปน. พยายามผลักดันเทศกาลที่สร้างขึ้นให้เป็น “1 City 1 License Event” หรือ “หนึ่งเมืองหนึ่งสิทธิบัตรงานเทศกาลนานาชาติ” โดยตั้งเป้าให้เกิดขึ้นทุกๆ 3 ปี เพื่อขับเคลื่อน “Festival Economy” ของประเทศไทยสู่ตลาดโลกในอนาคต



Spartan Race Thailand

## รายได้จากการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ ครั้งแรกปีงบประมาณ 2564 (ต.ค. 2563-มี.ค. 2564)



สสปน. ได้รับสิทธิ์ เป็นเจ้าภาพจัดงานทั้งหมด **8** งาน



การจ้างงานภายในประเทศ **3,498** ตำแหน่ง



จำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด **399,327** คน



มูลค่ามวลรวม GDP **1,440** ล้านบาท



รายได้จากการจัดเก็บภาษีของรัฐ **240** ล้านบาท



# บทที่ 3

## ผลกระทบของโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรมไมซ์

เป็นระยะเวลาหนึ่งปีกว่าที่คนทั่วโลกต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ความรุนแรงของเชื้อไวรัสโคโรนา นำไปสู่วิกฤตการณ์ด้านสาธารณสุขของโลก รวมทั้งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนอุตสาหกรรมไมซ์ ปัจจัยหลักมาจากการเดินทางระหว่างประเทศที่ถูกปิดกั้น และข้อจำกัดของการจัดกิจกรรมไมซ์ที่ต้องรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ทำให้การจัดงานไมซ์ทั่วโลกต้องปรับตัวเข้าสู่รูปแบบผสมผสาน (Hybrid) และแบบออนไลน์ (Virtual) ซึ่งไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้ในเชิงเศรษฐกิจเท่ากับการจัดงานแบบปกติ (Physical) อย่างไรก็ตาม ความหวังเดียวที่จะช่วยฟื้นฟูให้อุตสาหกรรมไมซ์โลกกลับมาสดใสเร็ววัน คือ วัคซีนพาสปอร์ต การได้รับวัคซีนโควิด-19 อย่างทั่วถึงของคนทั่วโลก และประสิทธิภาพของวัคซีน ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนต้องอาศัยระยะเวลาแทบทั้งสิ้น

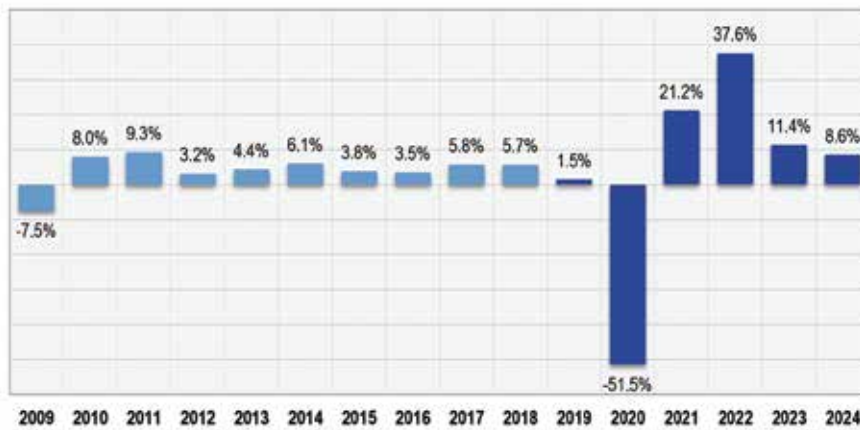
ข้อมูลจาก Global Business Travel Association (GBTA) สรุปสถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกไว้ว่ามีผู้เสียชีวิตจากโควิด-19 เป็นจำนวนถึง 2.2 ล้านราย ตั้งแต่การแพร่ระบาดครั้งแรก ซึ่งผลกระทบของโรคระบาดครั้งนี้สามารถเทียบได้กับความร้ายแรงของเหตุการณ์แผ่นดินไหวขนาด 9 ริคเตอร์ อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 การเดินทางของนักเดินทางไมซ์ทั่วโลกลดลง 68% ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 สอดคล้องกับที่มีการประมาณการไว้ว่า การใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ทั่วโลกจะลดลง 52% ตลอดปี 2563 หรือเท่ากับประมาณ 694 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ 1.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ความเสียหายครั้งนี้ ถือเป็นประวัติศาสตร์ที่รุนแรงกว่าเหตุการณ์ 9/11 ถึง 10 เท่า หรือเทียบเท่ากับวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ในสหรัฐอเมริกา ที่ทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยครั้งใหญ่เมื่อปี 2551

## โควิด-19 ส่อเค้าให้อุตสาหกรรมไมซ์เริ่มชะลอตัวตั้งแต่ปี 2562

จากรายงานของ GBTA ยังสรุปเพิ่มว่า อุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกเริ่มชะลอตัวมาตั้งแต่ปี 2562 ปัจจัยมาจากการกีดกันทางการค้าและความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ที่เพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัว โดยในปี 2562 มูลค่าการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์โดยรวมอยู่ที่ 1.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงขึ้นเพียง 1.5% จากปี 2561 นอกจากนี้ผลกระทบของโควิด-19 ยังส่งผลที่แตกต่างกันของอุตสาหกรรมไมซ์ในแต่ละภูมิภาค เช่น อเมริกาเหนือและยุโรปตะวันตก เป็นโซนที่ได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุด

มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าการใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ลดลงที่ 60% และ 58.2% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ช่วงเวลาตั้งแต่ 1 เมษายนจนถึงสิ้นปี 2563 มูลค่าการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ในอเมริกาเหนือลดลงไปกว่า 79.3% เช่นเดียวกับยุโรปตะวันตกที่ลดลงกว่า 77% ด้านเอเชียแปซิฟิกมีการปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย หรือลดลงตลอดทั้งปีที่ 44% และลดลง 52% ตั้งแต่ 1 เมษายน ถึงสิ้นปี 2563 ส่วนลาตินอเมริกาและยุโรปตะวันออก ตลอดปี 2563 ลดลงที่ 45% และ 50% ตามลำดับ

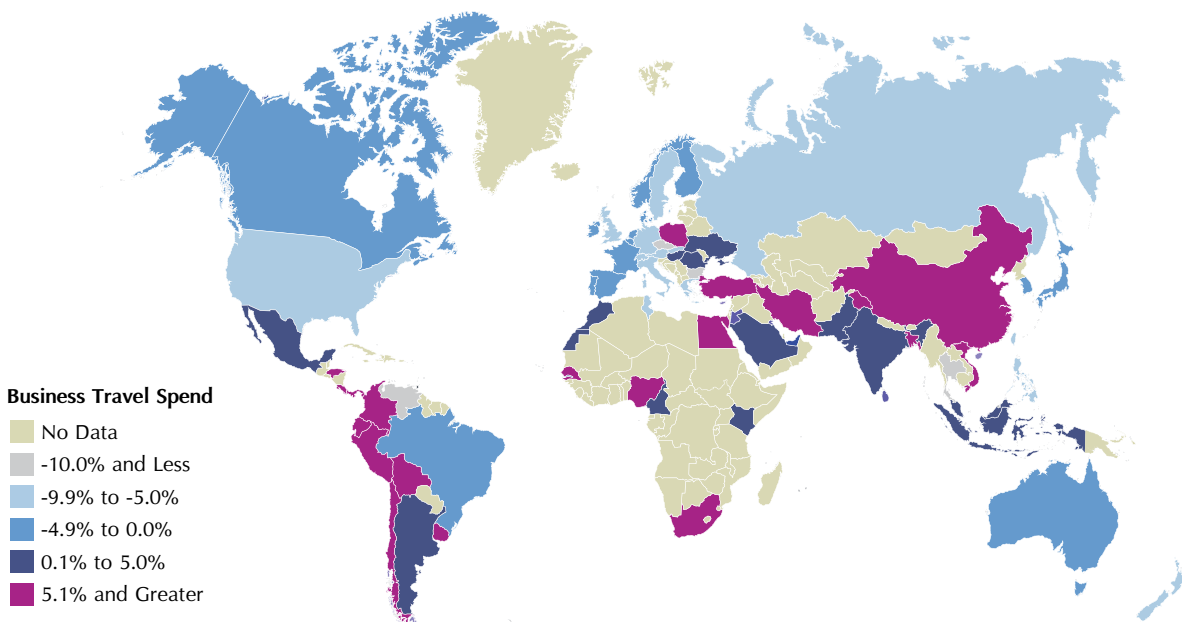
สถานการณ์และแนวโน้มการเติบโตของค่าใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ทั่วโลก (ตั้งแต่ปี 2562-2567)



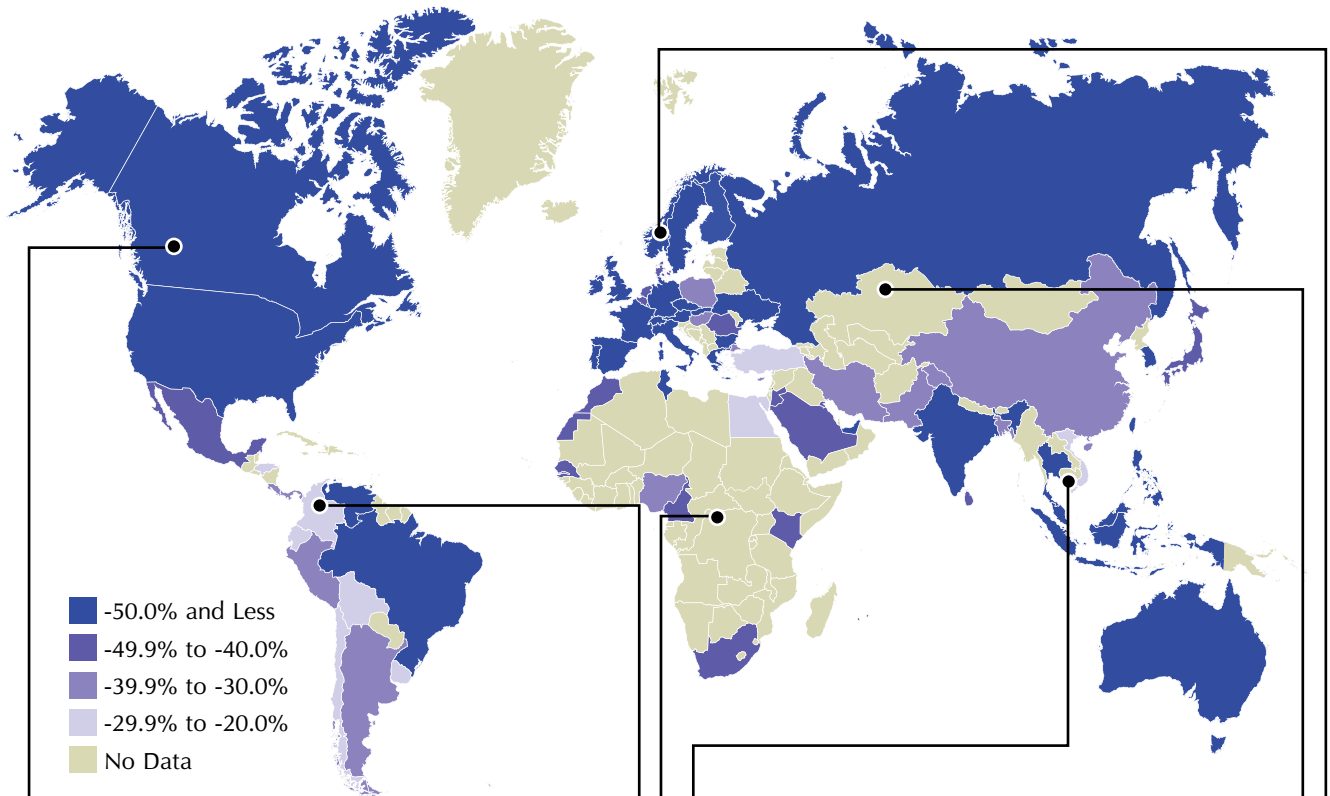
ข้อมูลจาก GBTA เกี่ยวกับมูลค่าการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ (ตั้งแต่ปี 2562-2567) คาดการณ์ถึงสถานการณ์ของอุตสาหกรรมธุรกิจไมซ์ทั่วโลกไว้ว่า จะยังคงไม่ฟื้นตัวภายในปี 2567 และน่าจะต้องใช้เวลาต่อไปอีก 5 ปีหรือหลังจากปี 2567 เป็นต้นไป ทั้งนี้ อุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกมีอัตราการเติบโตลดลงโดยเฉลี่ย 0.4% ต่อปี ซึ่งสองภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 คือ ทวีปยุโรปตะวันตกและอเมริกาเหนือซึ่งมีอัตราการลดลงเฉลี่ยปีละ 4.9% และ 5.7% ตามลำดับ

ขณะที่ประเทศแถบตะวันออกกลางและแอฟริกา (MEA) รวมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) มีแนวโน้มของการเติบโตไปในทิศทางบวก โดยมูลค่าการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศแถบตะวันออกกลางและแอฟริกา เฉลี่ยอยู่ที่ 4.3% ส่วนภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเฉลี่ยที่ 3.7% อย่างไรก็ตาม การเดินทางของนักธุรกิจไมซ์ในเอเชียแปซิฟิก มีแนวโน้มค่อยๆ ดีขึ้นในช่วงการของแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ผ่านมา

GBTA คาดการณ์แนวโน้มการใช้จ่ายของอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลก (ปี 2562-2567)



# เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายของนักเดินทางโมธ (ปี 2562-2563)



**อเมริกาเหนือ (Billions)**

2019 Spending	2020 Spending	2020-19 %CNG	2019-24 CAGR
\$346,815	\$138,706	-60.0%	-5.7%

**ประเทศแถบยุโรปตะวันออก (Billions)**

2019 Spending	2020 Spending	2020-19 %CNG	2019-24 CAGR
\$57,220	\$29,702	-48.1%	0.0%

**อเมริกาใต้ (Billions)**

2019 Spending	2020 Spending	2020-19 %CNG	2019-24 CAGR
\$49,941	\$27,487	-45.0%	1.4%

**ยุโรปตะวันตก (Billions)**

2019 Spending	2020 Spending	2020-19 %CNG	2019-24 CAGR
\$334,678	\$139,878	-58.2%	-4.9%

**ตะวันออกกลาง และแอฟริกา (Billions)**

2019 Spending	2020 Spending	2020-19 %CNG	2019-24 CAGR
\$26,891	\$16,350	-39.2%	4.3%

**เอเชียแปซิฟิก (Billions)**

2019 Spending	2020 Spending	2020-19 %CNG	2019-24 CAGR
\$615,718	\$342,236	-44.4%	3.7%



## โควิด-19 ระลอกใหม่ ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัว แต่ส่งสัญญาณที่ดีขึ้น

การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของภาคเอกชนท่ามกลางโควิด-19 ตั้งแต่ปลายปี กอปรกับมีการค้นพบวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ทำให้แนวโน้มของเศรษฐกิจโลกเริ่มส่งสัญญาณที่ดีขึ้นในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2563 โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รายงานภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยเดือนตุลาคม-ธันวาคมปี 2563 พบว่าภาพรวมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ลดลงร้อยละ 4.2 แต่ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับ 3 เดือนก่อนหน้า (เดือนมิถุนายน-กันยายน) ซึ่งลดลงร้อยละ 6.4 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้แนวโน้มไตรมาสที่ 4 ของปี 2563 เริ่มมีสัญญาณที่ดีขึ้นเนื่องจากการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคของภาคเอกชนกลับมาขยายตัว ส่วนการลงทุนภาคเอกชนและการส่งออกสินค้าลดลงในอัตราชะลอตัว ด้านการใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐเริ่มขยายตัวอย่างช้าๆ

ภาคของที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ปรับตัวลดลงร้อยละ 35.2 ตามการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ไม่สามารถเดินทางได้ แต่ก็นับว่าปรับตัวได้ดีขึ้นเมื่อเทียบกับ 3 เดือนก่อนหน้า ที่มีอัตราการลดลงร้อยละ 39.3 สอดคล้องกับการปรับตัวที่ดีขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งใน 3 เดือนสุดท้ายของปี 2563 มีรายรับจากนักท่องเที่ยวคนไทย 0.159 ล้านล้านบาท ลดลงร้อยละ 45.1 แต่ปรับตัวดีขึ้นจากการลดลงร้อยละ 57.1 ในไตรมาสก่อนหน้า

นอกจากนี้ การดำเนินมาตรการเปิดประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ (Special Tourist VISA : STV) ยังส่งผลให้ไตรมาสสุดท้ายของปี 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

เดินทางเข้ามาเป็นครั้งแรกในรอบ 3 ไตรมาสของปี 2563 คิดเป็นจำนวน 10,822 คน (รวมนักท่องเที่ยวกลุ่ม Thailand Privilege Card) อัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 32.49 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.69 ในไตรมาสก่อนหน้า แต่ลดลงจากร้อยละ 70.1 ในไตรมาสเดียวกันของปี 2562

อย่างไรก็ตาม การฟื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและการรักษาความต่อเนื่องของการผลิตในพื้นที่อุตสาหกรรมสำคัญของประเทศควบคู่ไปกับการจัดลำดับความสำคัญตามหลักการทางสาธารณสุข การเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงเป็นประเด็นหลักๆ ในการจะรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจไว้ได้

## การเดินทางถูกปิดกั้น ทำไมซ์ทั่วโลกกระทบหนัก คนเสี่ยงตกงานระนาว

การล่มสลายของการเดินทางระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2563 ที่ผ่านมา ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกสูญเสียรายได้จากเงินตราต่างประเทศประมาณ 1.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่งผลให้ประชากรโลกประมาณ 100-120 ล้านคนที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานโดยตรงในภาคท่องเที่ยว ต้องประสบความเสี่ยงจากการตกงานในปี 2564 ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวิสาหกิจการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม

อย่างไรก็ตาม ช่วงไตรมาสแรกของปี 2564 เมื่อผู้คนในหลายประเทศเริ่มทยอยได้รับวัคซีนโควิด-19 ทำให้เศรษฐกิจโลกเริ่มส่งสัญญาณเชิงบวก จากข้อมูลของกองทุนศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายงานเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว (ประจำสัปดาห์วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2564) ระบุว่า เศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยตลาดแรงงานที่มีจำนวนผู้ยื่นขอรับสิทธิสวัสดิการการว่างงานต่อเนื่องลดลงสู่ระดับ 4.6 ล้านรายเป็นครั้งแรกตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563

ส่วนเศรษฐกิจในยุโรปและญี่ปุ่น ถึงแม้จะเผชิญปัญหาการระบาดระลอกใหม่ช่วงปลายปี 2563 แต่ได้รับผลกระทบน้อยกว่าการระบาดรอบแรกก่อนหน้า ทั้งนี้ ยอดค้าปลีกของยุโรปประจำเดือนธันวาคม 2563 เพิ่มขึ้น 0.6% กลับมาขยายตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 2 เดือน ในขณะที่ยอดค้าปลีกของญี่ปุ่นลดลง 0.3% ซึ่งน้อยกว่าเมื่อเทียบกับช่วงการระบาดรอบก่อนหน้านี้นี้ที่หดตัวถึง 8.7%

ด้านเอเชีย เวียดนาม เป็นหนึ่งในประเทศที่มีเศรษฐกิจเติบโตเร็วที่สุด แม้ว่าตัวเลขการเติบโตทางเศรษฐกิจจะอยู่ที่ 2.91% ในปี 2563 แต่กลับถือเป็นอัตราที่ต่ำสุดในรอบกว่า 30 ปี และเมื่อเทียบกับภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก ตัวเลขนี้ถือว่าเป็นความสำเร็จอย่างมากสำหรับประเทศที่เป็นม้ามืดอย่างเวียดนาม สอดคล้องกับข้อมูลของธนาคารโลก ที่รายงานเกี่ยวกับแนวโน้มเศรษฐกิจของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2564 ระบุว่า เศรษฐกิจจะเติบโตประมาณ 6.8% ในปี 2564 และคงที่ประมาณ 6.5% ในช่วงปี 2565-2568

# ความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมไมซ์โลกท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19



## Malaysia

• รัฐบาลมาเลเซียเปิดตัวแผนการท่องเที่ยวระยะ 10 ปี (2563-2573) เพื่อฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ตลอดจนวางแผนรับมือภัยพิบัติในอนาคต สำหรับปี 2564 มาเลเซียตั้งเป้าเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้ถึง 30 ล้านรายผ่านทางโครงการ “Visit Malaysia 2020”



## Vietnam

• เศรษฐกิจของเวียดนามมีแนวโน้มที่จะเติบโตในเชิงบวกอย่างต่อเนื่อง จากการคาดการณ์เวียดนามจะเติบโตประมาณ 6.8% ในปี 2564 และคงที่ประมาณ 6.5% ในช่วงปี 2565-2568 ทั้งนี้ เวียดนามได้ตกลงที่จะยกเลิกมาตรการกักตัวสำหรับการเดินทางระยะสั้นให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในประเทศ



## Indonesia

• รัฐบาลกระตุ้นด้านเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยอัดฉีดเงินกว่า 224 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ในรูปแบบมาตรการให้เงินช่วยเหลือโดยตรง การยกเว้นทางภาษีต่างๆ การให้เงินช่วยเหลือสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการในการนำเอาแนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เรียกว่า CHSE (Cleanliness, Health, Safety and Environmental sustainability) มาใช้ภายในสถานที่ รวมถึงการให้หน่วยงานรัฐบาลจัดกิจกรรมประชุม สัมมนาตามเมืองต่างๆ มากขึ้น

• ประธานาธิบดีของอินโดนีเซียประกาศสนับสนุนนโยบาย Travel Corridors ในที่ประชุม ASEAN Summit ครั้งที่ 37 สามารถสร้างบรรยากาศด้านการลงทุนระหว่างประเทศให้กลับมาอีกครั้ง โดยหลักการสำคัญคือ การผ่อนคลายมาตรการต่างๆ สำหรับกลุ่มนักธุรกิจและนักลงทุนให้สามารถเดินทางระหว่างกันได้ในกลุ่มประเทศอาเซียน



## Australia

• Melbourne Convention Bureau (MCB) เปิดตัวซีรีส์การเรียนรู้ผ่าน Webinar สำหรับผู้จัดงาน เพื่ออัปเดตความรู้ใหม่ๆ ตลอดจนการสนับสนุนการจัดงานไฮบริดพร้อมทั้งแพลตฟอร์มการสื่อสารกับพันธมิตร



## Japan

- Kobe Convention Bureau ประกาศแคมเปญสนับสนุนใหม่สำหรับการประชุมไฮบริด โดยให้เงินสนับสนุน 5 ล้านเยน (47,795 ดอลลาร์สหรัฐ) สำหรับการประชุมระหว่างประเทศ และสูงถึง 2 ล้านเยน (19,118 ดอลลาร์สหรัฐ) สำหรับการประชุมภายในประเทศ

- โรงแรมต่างๆ ใน Okinawa ร่วมมือจัดทำโครงการ “Telework & Stay in Okinawa” เพื่อหวังดึงดูดนักท่องเที่ยวธุรกิจที่ต้องการพักผ่อนและทำงานไปพร้อมกัน โดยมีรูปแบบการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เอื้อต่อการทำงาน ซึ่งรัฐบาลสนับสนุนค่าใช้จ่ายร้อยละ 80 อีกร้อยละ 20 โรงแรมเป็นผู้รับผิดชอบ



## Hong Kong

- รัฐบาลประเทศฮ่องกงมีมาตรการและกลยุทธ์ในการสนับสนุนงบประมาณ 1,138 ล้านดอลลาร์ฮ่องกง เพื่อส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การดำเนินงานกระตุ้นการตลาดผ่านช่องทาง Digital เป็นหลัก



## Singapore

- สิงคโปร์เปิดตัวบริการเลนพิเศษหรือ Connect@Singapore ให้บริการสำหรับนักเดินทางธุรกิจและนักเดินทางที่จะเข้าประเทศในระยะสั้น โดยให้การอำนวยความสะดวกในระหว่างที่พักในสิงคโปร์ รวมถึงมีมาตรการตรวจเชื้อโรคและเฝ้าระวังความปลอดภัย และต้องปฏิบัติตามเกณฑ์และมาตรการ TraceTogether-only SafeEntry ที่รัฐบาลสิงคโปร์จัดทำขึ้น

- Singapore Tourism Board (STB) เตรียมออกโครงการ SingapoReimagine สร้างมาตรฐานของการเดินทางท่องเที่ยวสิงคโปร์รูปแบบใหม่ภายใต้ 3 แนวความคิดหลัก คือ Reimagine Safety การยกระดับมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย Reimagine Technology การเลือกใช้เทคโนโลยีมาเป็นหัวใจหลักในการจัดงาน และ Reimagine City & Nature การตั้งเป้าให้สิงคโปร์เป็นเมืองจุดหมายปลายทางแห่งความยั่งยืน



## China

- คาดการณ์ว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศจีนน่าจะสูงถึง 1.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในระยะเวลา 5 ปีต่อจากนี้ ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก ส่งผลดีต่อภาคเศรษฐกิจและการจ้างงานของประเทศ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐพยายามผลักดันให้แต่ละเมืองของจีนนำเสนอจุดเด่นด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเองให้มากขึ้น



## Korea

- Seoul Convention Bureau จัดทำโครงการ “Seoul’s Innovative Supports for MICE Industry” มุ่งสนับสนุน 3 ส่วน คือ 1) การขยายเกณฑ์การสนับสนุนเงินตั้งแต่ 80-120% สำหรับงานที่จัดแบบออนไลน์หรือไฮบริด 2) การสนับสนุนงานที่มีศักยภาพจะพัฒนาเป็นงานระดับโลกได้ โดยให้เงินสนับสนุน 10-100 ล้านบาท เพื่อให้เกิดการพัฒนานวัตกรรม การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด หรือการให้คำปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคลและการปฏิบัติด้านสุขอนามัย และ 3) ให้การสนับสนุนด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจะได้รับแพ็คเกจประกันภัยและบริการอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมทุกภาษาตลอด 24 ชั่วโมง (K-quarantine)



## เศรษฐกิจปี 2564 เริ่มลู่สัญญาณเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและไมซ์

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวพันกับภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ข้อมูลจากธนาคารกสิกรไทยระบุว่า ในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2564 ธุรกิจท่องเที่ยวไทยสูญเสียรายได้ 5.5 หมื่นล้านบาท และอาจใช้เวลาประมาณ 3 ปีหรือในปี 2567 ที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะฟื้นตัวกลับมา มีรายได้ 2.7 ล้านล้านบาทอีกครั้ง ดังนั้น จึงเป็นที่คาดว่าเมื่อภาคการท่องเที่ยวกลับมาคึกคัก ก็จะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ฟื้นตัวตามไปด้วยเช่นเดียวกัน

ด้านสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ วิเคราะห์ถึงแนวโน้มเศรษฐกิจปี 2564 ว่าจะมีการขยายตัวร้อยละ 2.5-3.5 โดยมีปัจจัยสำคัญ คือ แนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก แรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐ การกลับมาขยายตัวของอุปสงค์ภาคเอกชนในประเทศ และการปรับตัวตามฐานการขยายตัวที่ต่ำผิดปกติในปี 2563 ทั้งนี้ เป็นที่คาดการณ์ไว้ว่า การอุปโภคบริโภคภาคเอกชนและการลงทุนรวมจะขยายตัวร้อยละ 2.0 และร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

## ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย

อุตสาหกรรมไมซ์ไทย เป็นอุตสาหกรรมหลักที่ได้รับผลกระทบต่อเนื่องและยาวนานจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั้งระลอกแรกและระลอกใหม่ ที่ยังคงมีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นจากกลุ่มคลัสเตอร์ใหม่ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศของครึ่งแรกปีงบประมาณ 2564 (ตุลาคม 2563-มีนาคม 2564) มีจำนวนทั้งหมด 3,973,489 คน ในขณะที่ช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 อยู่ที่ 9,302,774 คน เท่ากับมีจำนวนลดลง 57.29% หรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศลดลงถึง 5,329,285 คน ทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศของครึ่งแรกปีงบประมาณ 2564 อยู่ที่ 8,490 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 อยู่ที่ 31,071 ล้านบาท ลดลง 72.68% หรือเท่ากับ 22,581 ล้านบาท นอกจากนี้ เมื่อจำแนกตามรายอุตสาหกรรม พบว่าผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศ

มีจำนวนสูงสุดเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมไมซ์ประเภทอื่นที่ 3,758,049 คน แต่ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 ซึ่งมีจำนวน 7,387,663 คน หรือลดลง 49.13% ในขณะที่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีจำนวนต่ำสุดที่ 19,894 คน หรือลดลงถึง 80.20% จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 ซึ่งมีจำนวน 100,481 คน

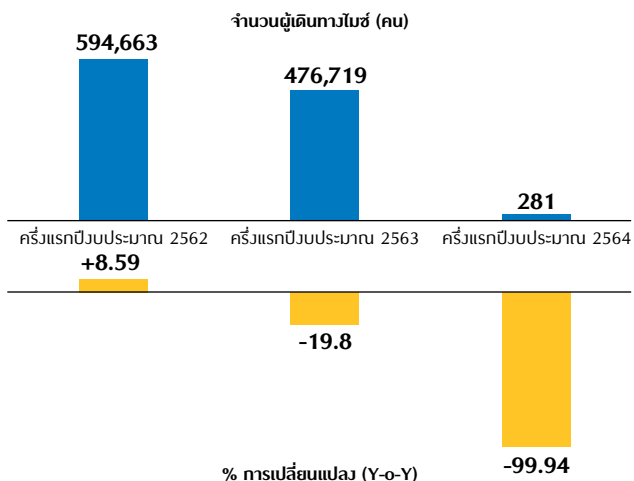
ในส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติช่วงครึ่งแรกปีงบประมาณ 2564 (ตุลาคม 2563-มีนาคม 2564) มีจำนวนทั้งหมด 281 คน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 ซึ่งอยู่ที่ 476,719 คน หรือมีจำนวนลดลงถึง 99.94% ทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติของครึ่งแรกปีงบประมาณ 2564 อยู่ที่ 14 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 อยู่ที่ 29,819 ล้านบาท ลดลง 99.95% นอกจากนี้ เมื่อจำแนกตามรายอุตสาหกรรม พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติทั้งหมด 281 คน เป็นผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 ซึ่งมีจำนวน 88,711 คน หรือลดลง 99.68% ในขณะที่นักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติ ในอุตสาหกรรมที่เหลือ มีจำนวนเป็นศูนย์ ปัจจัยหลักมาจากการแพร่ระบาดของโควิดระลอกใหม่ ทำให้รัฐบาลไทยมีมาตรการเข้มงวดและปิดกั้นการเดินทางเข้าประเทศ ส่งผลให้รายได้รวมจากนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งหมดในครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2564 เท่ากับ 8,504 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 ซึ่งอยู่ที่ 60,890 ล้านบาท





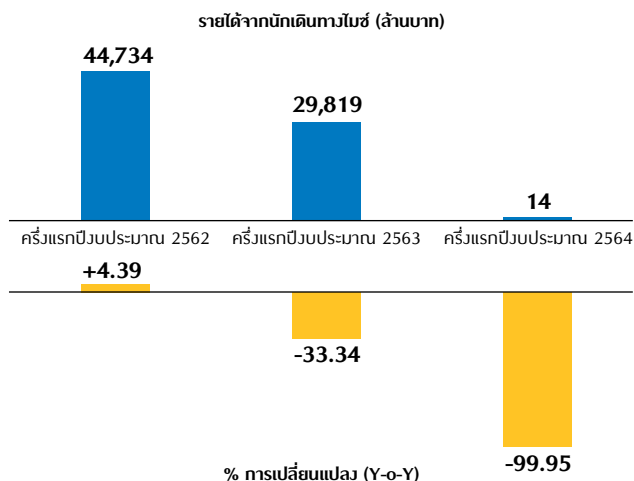
## จำนวนนักเดินทางไมซ์นานาชาติ

(เปรียบเทียบครั้งแรกของปีงบประมาณ 2562-2564)



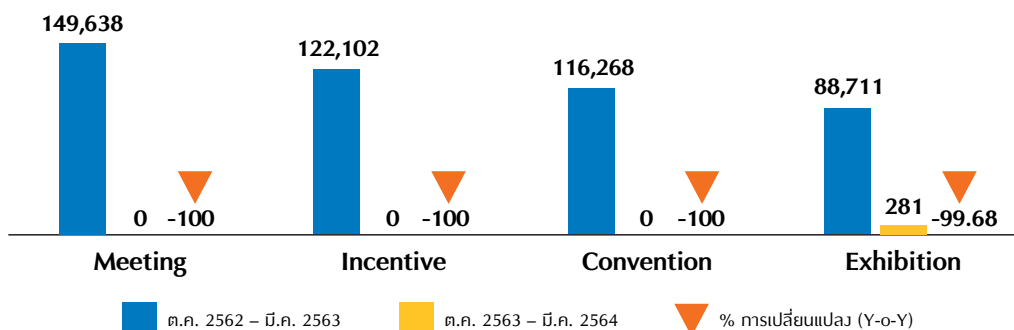
## รายได้จากนักเดินทางไมซ์นานาชาติ

(เปรียบเทียบครั้งแรกของปีงบประมาณ 2562-2564)



## จำนวนนักเดินทางไมซ์นานาชาติ

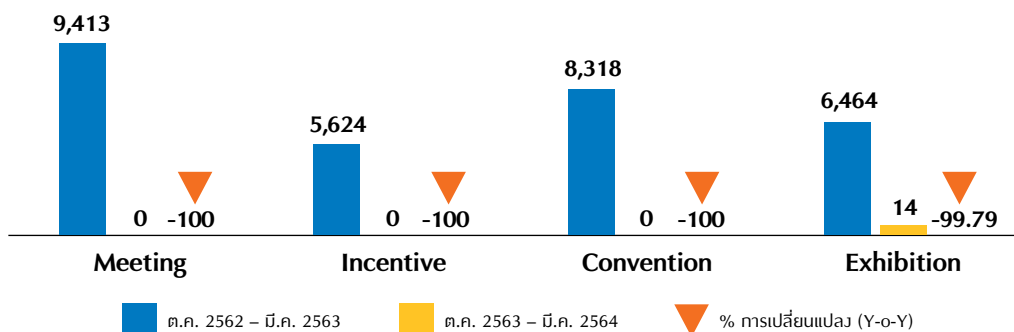
จำแนกตามรายอุตสาหกรรม M/I/C/E (จำนวนคน)



หมายเหตุ : ครั้งแรกของปีงบประมาณ 2564 (ต.ค. 2563 - มี.ค. 2564) เป็นข้อมูลประมาณการ

## รายได้จากนักเดินทางไมซ์นานาชาติ

จำแนกตามรายอุตสาหกรรม M/I/C/E (ล้านบาท)

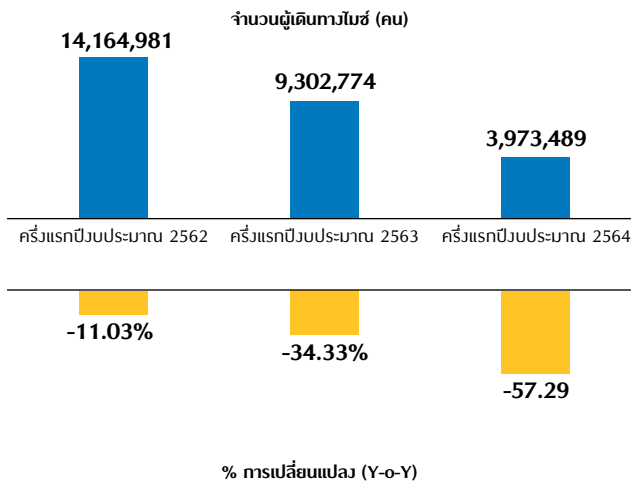


หมายเหตุ : ครั้งแรกของปีงบประมาณ 2564 (ต.ค. 2563 - มี.ค. 2564) เป็นข้อมูลประมาณการ



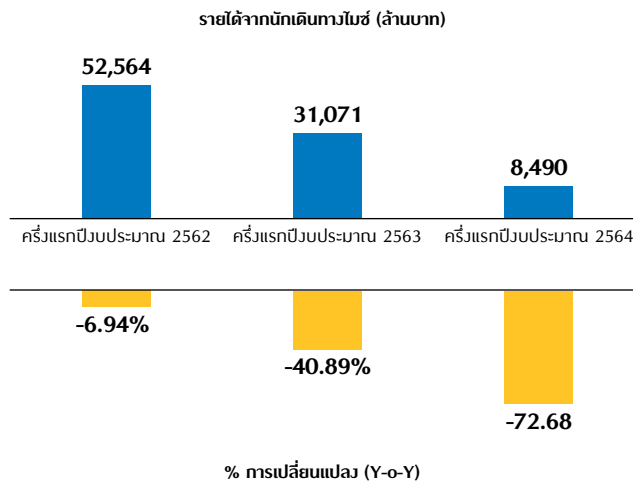
## จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ

(เปรียบเทียบครั้งแรกของปีงบประมาณ 2562-2564)



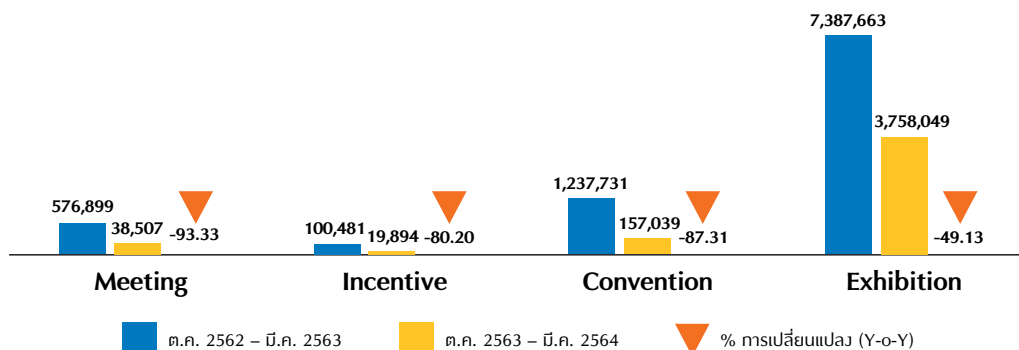
## รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ

(เปรียบเทียบครั้งแรกของปีงบประมาณ 2562-2564)



## จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ

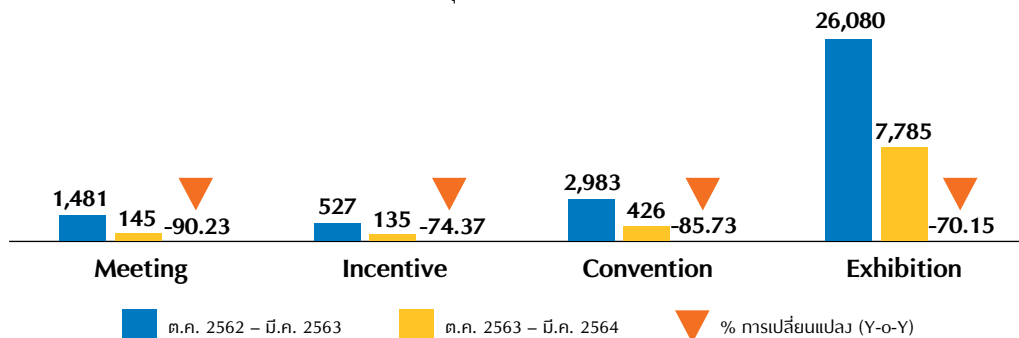
จำแนกตามรายอุตสาหกรรม M/I/C/E (จำนวนคน)



หมายเหตุ : ครั้งแรกของปีงบประมาณ 2564 (ต.ค. 2563 - มี.ค. 2564) เป็นข้อมูลประมาณการ

## รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ

จำแนกตามรายอุตสาหกรรม M/I/C/E (ล้านบาท)



หมายเหตุ : ครั้งแรกของปีงบประมาณ 2564 (ต.ค. 2563 - มี.ค. 2564) เป็นข้อมูลประมาณการ

## ผู้ประกอบการโมซ์ไทย ก้าวสู่ออนไลน์และขยายไลน์ธุรกิจเพื่อความอยู่รอด

โควิด-19 เป็นมหัศจรรย์ร้ายแรง ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดกิจกรรมโมซ์ในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ตลาดโมซ์ไทย จึงจำเป็นต้องปรับการจัดงานจากออฟไลน์ไปสู่ออนไลน์ (Virtual) และผสมผสาน (Hybrid) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและลดข้อจำกัดในการเดินทาง โดยเฉพาะกลุ่มผู้จัดงาน (Organizer) ที่ปรับกิจกรรมส่งเสริมตลาดให้สอดคล้องกับวิถี New Normal อาทิ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (DITP) ขยายหลักเกณฑ์เพื่อครอบคลุมกิจกรรมงานแสดงสินค้าและบริการในต่างประเทศในรูปแบบ Virtual Exhibition และจัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจในรูปแบบ Showroom เพื่อให้ผู้ประกอบการพบปะผู้ซื้อและเจรจาธุรกิจได้ แม้ว่าจะยังไม่สามารถเดินทางไปต่างประเทศได้ด้วยตนเอง

กลุ่มธุรกิจโรงแรมเป็นอีกภาคธุรกิจ ที่ต้องเผชิญกับภาวะซบเซาต่อเนื่องมาจนถึงปี 2564 หลายโรงแรมจึงปรับตัวโดยเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเป็นจุดขายดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับเข้ามาพักอีกครั้งเมื่อสถานการณ์โรคระบาดคลี่คลาย รวมไปถึงการพัฒนาพื้นที่ส่วนหนึ่งในโรงแรมสำหรับทำเกษตรกรรม เพื่อนำผลผลิตไปจำหน่าย บรรเทาค่าใช้จ่ายประจำเดือน และเป็นการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยววิถีธรรมชาติให้กับผู้เข้าพัก ในขณะที่บางส่วนได้ขยายบริการจากเดิมขายที่พักเพียงอย่างเดียว เป็นจำหน่ายอาหารเมนูของโรงแรมในราคาไม่แพง และถูกหลักอนามัยตามมาตรฐาน SHA



“ ตลาดโมซ์ไทย จำเป็นต้องปรับการจัดงานจากออฟไลน์ไปสู่ออนไลน์ (Virtual) และผสมผสาน (Hybrid) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและลดข้อจำกัดในการเดินทาง โดยเฉพาะกลุ่มผู้จัดงาน (Organizer) ที่ปรับกิจกรรมส่งเสริมตลาดให้สอดคล้องกับวิถี New Normal ”





บทที่  
**4**

# การให้ความ ช่วยเหลือและสนับสนุน อุตสาหกรรมไมซ์ ในสถานการณ์โควิด-19

## บทบาทของ สสปน. กับการกู้วิกฤตของโควิด-19 ระลอกใหม่

โควิด-19 ระลอกใหม่ที่กลับมาแพร่ระบาดอีกครั้งในประเทศไทย สร้างความท้าทายเป็นอย่างมากสำหรับการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในฐานะที่เป็นองค์กรหลักในการผลักดันให้เกิดกิจกรรมไมซ์ทั้งในและนอกประเทศ โดยเฉพาะในช่วงเวลาวิกฤตการณ์ที่ทั่วโลกไม่สามารถเดินทางได้

ในปี 2563 ที่ผ่านมา ถือเป็นปีที่ทั่วโลกและประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์โควิด-19 อย่างหนักหนาสาหัสตลอดทั้งปี ในส่วนของกิจกรรมไมซ์ไทย พบว่า มีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ทุกประเภท ลดลงประมาณ 60% จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ส่งผลให้การดำเนินงานของ สสปน. ในช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2564 (ตุลาคม 2563-มีนาคม 2564) มุ่งเน้นไปที่การฟื้นฟูควบคู่กับสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไมซ์จัดงานประชุมในรูปแบบออนไลน์ รวมไปถึงกระตุ้นให้เกิดการจัดงานด้วยแคมเปญต่างๆ ผ่านการให้ความช่วยเหลือด้านงบประมาณ

## มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการไมซ์ไทย ให้ก้าวผ่านอุปสรรคด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

ในระยะแรกของการเกิดโควิด-19 ระลอกใหม่ เมื่อการจัดงานแบบปกติ (Physical) ไม่สามารถทำได้ สสพ. ได้ปรับบทบาทจากหน่วยงานที่ส่งเสริมด้านการตลาด เป็นการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการไมซ์ โดยจัดทำแพลตฟอร์ม Virtual Meeting Space เพื่อทำการจัดประชุมออนไลน์ผ่าน Webinar ซึ่งสามารถทำได้เสมือนจริง ส่งผลให้การจัดประชุมแบบออนไลน์สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานได้มากกว่าแบบปกติ เมื่อวัดผลจาก 6 เดือนที่ผ่านมา (เมษายน-กันยายน 2563) มีผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่จัดแบบออนไลน์ 55.4% คิดเป็นจำนวน 375,094 คน และออฟไลน์ 44.6% หรือเท่ากับ 302,312 คน

เทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน จึงไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือที่ใช้กอบกู้วิกฤตการณ์ในช่วงโควิด-19 ให้ดำเนินต่อไปได้เท่านั้น แต่ยังเป็นนวัตกรรมสำคัญ ที่ช่วยสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับผู้เข้าร่วมงานต่อไปในอนาคต ดังนั้น เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการไทย มีศักยภาพในการจัดงานแบบดิจิทัลเท่าทันกระแสโลก สสพ. จึงจัดทำ “โครงการ Upskill - Reskill” อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านการจัดอีเวนต์สมัยใหม่ ที่ใช้ดิจิทัลเป็นหลัก เพื่อเพิ่มพูนทักษะในการจัดงาน ซึ่งจะสร้างประสบการณ์น่าประทับใจให้แก่กันนักเดินทางธุรกิจในอนาคต

นอกจากนี้ ยังพัฒนา E-learning Platform ซึ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้คอร์สฝึกอบรมออนไลน์ เพื่อช่วย Upskill และ Reskill ผู้ประกอบการไมซ์ของไทยให้มีศักยภาพและพร้อมแข่งขันกับอุตสาหกรรมไมซ์ระดับโลก รวมไปถึงจัดทำ โครงการ “MICE Winnovation” ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่รวบรวมข้อมูลของผู้ให้บริการนวัตกรรมและเทคโนโลยี การสนับสนุนเงินทุนด้านการตลาด การจัดหาเวทีพบปะเจรจาธุรกิจ และการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการนำเอา นวัตกรรมและเทคโนโลยี มาใช้แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบวงจร



“ เทคโนโลยีดิจิทัล  
ในปัจจุบัน จึงไม่เพียง  
แต่เป็นเครื่องมือที่ใช้  
กอบกู้วิกฤตการณ์ใน  
ช่วงโควิด-19 ให้ดำเนิน  
ต่อไปได้เท่านั้น แต่ยังเป็น  
นวัตกรรมสำคัญ  
ที่ช่วยสร้างประสบการณ์  
เชิงบวกให้กับผู้เข้าร่วม  
งานต่อไปในอนาคต ”



## สานต่อแคมเปญ Covid Package ผลักดันให้เกิดงานไมซ์ไทย ท่ามกลางวิกฤตระลอกใหม่

ต่อมาเมื่อเข้าสู่ระยะที่สถานการณ์โควิด-19 ในประเทศเริ่มผ่อนคลาย และรัฐเริ่มมีนโยบายผ่อนปรน ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มมีการจัดงานไมซ์ประปราย แต่ก็ยังมีบางส่วนที่ยังคงไม่มั่นใจ และต้องการควบคุมค่าใช้จ่าย สสพ. จึงสานต่อแคมเปญที่เกี่ยวกับ Covid Package ที่ดำเนินการจากปีที่ผ่านมา เพื่อผลักดันให้การจัดงานในเมืองไทยกลับมาคึกคักอีกครั้ง อาทิ **แคมเปญ Re-Energizing** ซึ่งให้เงินสนับสนุนสำหรับการจัดงานแสดงสินค้าทุกงาน ที่จัดภายใต้คอนเซ็ปต์ “New Normal” **แคมเปญ “Convene Plus”** สำหรับการจัดประชุมในเมืองไทย ให้เงินสนับสนุน 200,000 บาท หากใช้ Virtual Meeting Platform และอีก 200,000 บาท สำหรับการใช้ Professional Virtual Organizer

ในขณะเดียวกัน ยังเดินหน้าอัดแคมเปญ **“ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า”** โดยการให้เงินสนับสนุน 15,000 บาท สำหรับกลุ่มประชุม 1 วัน และ 30,000 บาท สำหรับกลุ่มประชุม 2 วัน 1 คืน เพื่อกระตุ้นผู้ประกอบการสามารถจัดงานไมซ์ในประเทศไทยได้อย่างคล่องตัวมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของแคมเปญ **“ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า”** ได้ต่อยอดมาสู่แคมเปญ **“เปิดเมืองปลอดภัย จัดงานไมซ์มั่นใจ ด้วยมาตรฐาน”** เพื่อผลักดัน 10 เมืองไมซ์ (MICE City) ที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ได้ทันที หากมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 300 คน ซึ่งปัจจุบันมีทั้งหมด 10 เมือง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น เชียงใหม่ นครราชสีมา พิษณุโลก ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี อุดรธานี และเมืองพัทยา โดยทั้ง 10 เมืองนี้เป็นโมเดลที่สร้างมาตรฐานของเมืองไมซ์ และสร้างความมั่นใจให้กับนักเดินทางธุรกิจด้วยโปรแกรมไมซ์ที่เน้นความปลอดภัยทั้งหมด

“ สสพ. ยังมุ่งมั่นด้านการพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ประกอบการในช่วงที่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยยังคงชะลอตัว เช่น การเทรนนิ่งเรื่องประมุขสิทธิ์ให้กับผู้ประกอบการ บริษัท องค์กร หน่วยงาน หรือผู้สนใจ ”

## ติดอาวุธให้ผู้ประกอบการ เพิ่มความพร้อมต้อนรับนักเดินทางไมซ์

เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้ผู้ประกอบการไมซ์ไทยในการจัดงาน และตอกย้ำภาพลักษณ์ของประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญด้านสุขอนามัย ความสะอาด และความปลอดภัย ห่างไกลจากโควิด-19 สสพ. จึงจัดทำแคมเปญที่ช่วยยกระดับคุณภาพของสถานที่จัดงานในชื่อว่า **“2HY” (Hygiene + Hybrid)** ซึ่งเป็นมาตรการด้านสุขอนามัย เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับสถานที่จัดงาน รวมไปถึงเตรียมความพร้อมรองรับการกลับมาของอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนเตรียมพร้อมการตรวจประเมินกฎเกณฑ์มาตรฐานเพิ่มเติมในปี 2565

ในขณะเดียวกัน สสพ. ยังมุ่งมั่นด้านการพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ประกอบการในช่วงที่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยยังคงชะลอตัว เช่น การเทรนนิ่งเรื่องประมุขสิทธิ์ให้กับผู้ประกอบการ บริษัท องค์กร หน่วยงาน หรือผู้สนใจเข้ามาเรียนรู้เรื่องการประมุขสิทธิ์อย่างไรให้ประสบความสำเร็จ โดยได้รับร่วมมือจากสมาคมการประชุมนานาชาติ (International Congress and Convention Association หรือ ICCA) ในการจัดอบรม เพื่อปั้นบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และเพิ่มโอกาสให้ประเทศไทยได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพในการจัดงานระดับโลกมากยิ่งขึ้นอีกด้วย



## สสพ. กับบทบาทการรักษาสถานะไทย ในเวทีโลก

แม้ว่าอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย และต่างชาติจะได้รับผลกระทบที่ต่อเนื่องและยาวนานจากการระบาดของโควิด-19 แต่เป็นที่คาดการณ์กันว่า จะเริ่มมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่ได้รับวัคซีนโควิด-19 ครบโดส ทயอยเดินทางในช่วงเดือนเมษายน 2564 ทั้งนี้ ในช่วงที่ยังไม่สามารถเดินทางได้นั้น สสพ. ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทยและในต่างประเทศ ผ่านตัวแทนด้านการตลาดทั้ง 7 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย อังกฤษและยุโรป อเมริกาเหนือ อินเดีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และจีน รวมไปถึงประชาสัมพันธ์ข่าวสารโปรโมชั่น และแพ็คเกจการจัดประชุมที่สามารถนำไปใช้ได้เมื่อสถานการณ์การระบาดสิ้นสุด เช่น “Smile Package” ซึ่งชูคอนเซ็ปต์ “Safe Destination” นำเสนอโปรแกรมการจัดประชุมและท่องเที่ยวที่ปลอดภัย และเข้าพักในโรงแรมที่ได้มาตรฐาน SHA Standard

นอกจากนี้ ยังจัดทำ **Web Clinic** ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการประสานงานในการจัดแสดงสินค้าระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และภาครัฐ โดยมีการจัดตั้งตัวแทนด้านการตลาดเพิ่มใน 2 ภูมิภาค ได้แก่ จีน ครอบคลุมไต้หวัน มาเก๊า และฮ่องกง และภูมิภาคยุโรป เพื่อประชาสัมพันธ์ว่าประเทศไทย คือ ศูนย์กลาง

ในการจัดแสดงสินค้าอันดับ 1 ของอาเซียน รวมทั้งใช้เป็นช่องทางสื่อสารเกี่ยวกับแคมเปญต่างๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนเพิ่มตัวแทนในต่างประเทศอีก 2 ประเทศ คือ อินเดีย และออสเตรเลีย เพื่อขยายโอกาสของการจัดประชุมนานาชาติในเอเชีย ซึ่งจะกลายเป็นภูมิภาคมาแรงหลังสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน สสพ. ยังได้รับมอบหมายจากสำนักงานศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ให้ดำเนินการจัดทำเรื่อง “Business Traveler” หรือไม่กักตัว 14 วัน ทำธุรกรรมเสร็จสามารถเดินทางกลับบ้านได้ทันที เพื่อสร้างมาตรฐานของการเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย แล้วกลับออกไปอย่างปลอดภัย ซึ่งคาดว่าโครงการดังกล่าว จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวธุรกิจ และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้กลับมาเฉิดฉายในเวทีโลกได้โดยเร็ว



# ผลการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์ ของ สสปน.



นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

“การจัดงาน IBTM World Virtual 2020 เป็นการเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการไมซ์นำเครื่องมือและแพลตฟอร์มใหม่ๆ มาใช้ในการทำธุรกิจ นอกจากนี้จะช่วยในการหาลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าแล้ว ยังเป็นการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้ถึงสถานการณ์ควบคุมโควิด-19 ของไทย ซึ่งช่วยต่อยอดให้ตลาดยุโรปตระหนักในความพร้อมรองรับการจัดงานแบบ New Normal ของประเทศไทยเมื่อมีการเปิดประเทศ”

## ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์

### IBTM World Virtual 2020

ไทยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ที่ยุโรปให้ความเชื่อมั่น

ในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวไมซ์ยังไม่สามารถเดินทางเข้ามาจัดงานประชุมและสัมมนาภายในประเทศไทย แต่พันธกิจของ สสปน. ในการสนับสนุนงานไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยยังคงต้องขับเคลื่อนต่อไปตามแผนปฏิบัติราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 โดยเฉพาะการยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน รวมไปถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์ยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ที่ สสปน. ให้ความสำคัญตลอดมา

เพื่อเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการเดินทางเข้ามาจัดงานแสดงสินค้าในอนาคต สสปน. จึงส่งเสริมให้ภาคเอกชนไทยดำเนินกิจกรรมการตลาดเชิงรุกผ่านระบบออนไลน์ โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไมซ์







จำนวน 32 ราย บริษัทรับจัดงาน 1 ราย บริษัทให้บริการจัดการเดินทาง (Destination Management Company - DMC) 6 ราย โรงแรม 20 แห่ง และสถานที่จัดงานไมซ์ 3 แห่ง เข้าร่วมงานแสดงสินค้า “IBTM World Virtual 2020” ที่ประเทศอังกฤษ ระหว่างวันที่ 8-10 ธันวาคม 2563 ซึ่งเป็นการจัดงานในรูปแบบออนไลน์ (Virtual Event) เพื่อเป็นเวทีการเจรจาทางธุรกิจไมซ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดต่างประเทศ เพิ่มโอกาสในการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมไปถึงการรักษาฐานลูกค้าเดิม อันจะนำไปสู่การจัดงานในประเทศไทยเมื่อสถานการณ์โควิด-19 ในยุโรปคลี่คลาย

ผลจากการจัดงาน พบว่า เกิดการนัดหมายภายในคูหา 711 นัดหมาย และทำให้เกิดจำนวนงานที่คาดว่าจะจัดขึ้นในประเทศไทยในอนาคต (Leads) 52 งาน คิดเป็นจำนวนนักเดินทางไมซ์ในกลุ่มการจัดประชุม และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Meeting & Incentive) ประมาณ 11,800 คน สร้างรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ 743.40 ล้านบาท ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีว่าประเทศไทยยังคงอยู่ในความสนใจอันดับต้นๆ ของยุโรป

“ เทรดโชว์ครั้งนี้ สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการไมซ์ทำความรู้จักและยืนยันนามบัตรออนไลน์ให้กับลูกค้าได้ทันที โดยไม่ต้องนัดหมายล่วงหน้า เพิ่มโอกาสในการเจรจาทางธุรกิจและขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น วงการไมซ์ขอขอบคุณ สสปน. เป็นอย่างมากที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลืออย่างดียเยี่ยม นอกจากนี้การเข้าร่วมงานยังทำให้ทราบว่านักเดินทางไมซ์ยุโรปมีความต้องการจะมาประเทศไทย เนื่องจากการให้บริการที่ดี มีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม ซึ่งถือเป็นตัวเลือกที่คุ้มค่าสำหรับลูกค้ากลุ่มไมซ์ ”

**นายสตีเฟน สิบทรัพย์**  
ผู้อำนวยการการจัดประชุมและนิทรรศการ โรงแรม แวงคอก แมริออท มาร์คิสส์ ควีนส์ปาร์ค



“ นับเป็นโอกาสดีที่การจัดงานครั้งนี้ ทำให้พบปะกับลูกค้าจำนวนมากพร้อมๆ กัน เหมือนการไปร่วมงานเทรดโชว์แบบปกติ ถึงแม้ว่ายังเดินทางไม่ได้ก็ตาม ที่สำคัญลูกค้าทั้งนักเดินทางไมซ์ยุโรปและอเมริกายังมีความต้องการที่จะเข้ามาประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ เมื่อสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย อีกทั้งมีความเชื่อมั่นในเรื่องการควบคุมโควิด-19 ของรัฐบาล ”

**นายณภัทร วัฒนสาร**  
ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายขาย โรงแรม เพนินซูลา กรุงเทพฯ

“ การเข้าร่วมการจัดงานในรูปแบบออนไลน์ เป็นแพลตฟอร์มที่ดีที่ช่วยรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในสถานการณ์ปัจจุบัน และจากการได้พูดคุยกับลูกค้า ทำให้เกิดความมั่นใจว่านักเดินทางไมซ์ยุโรปและอเมริกาจะเลือกเดินทางมายังประเทศไทยทันทีที่สามารถเดินทางได้ เพราะมีความคุ้มค่าในการใช้จ่ายและมั่นใจในมาตรการด้านสาธารณสุขของประเทศไทย ”

**นายไบรอัน ลี**  
ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายขาย โรงแรม คอนราด กรุงเทพฯ

# ยุทธศาสตร์ที่ 2

## กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจ ของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่



“กระทรวงสาธารณสุขตั้งเป้า  
ฉีดวัคซีนให้ครอบคลุมเพื่อสร้าง  
ภูมิคุ้มกันหมู่ให้กับคนไทยภายในสิ้นปี  
2564 นี้ ควบคู่กับยกระดับมาตรฐาน  
ด้านสุขอนามัยของสถานประกอบการ  
และสุขอนามัยส่วนบุคคลของประชาชน  
เพื่อขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจไทยก้าวเดิน  
ต่อไป”

นายอนุทิน ชาญวีรกูล

รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

สสพ. ยกระดับมาตรฐานสุขอนามัย  
10 เมืองใหม่ พร้อมจัดประชุมและ  
กิจกรรมโมบส์ได้ทันที

จากวิกฤตการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นตั้งแต่  
ระลอกแรกจนถึงระลอกใหม่ สสพ. ในฐานะ  
องค์กรภาครัฐ ได้เปลี่ยนบทบาทจากหน่วยงาน  
ส่งเสริมด้านการตลาดเป็นการให้ความช่วยเหลือ  
เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมโมบส์ และผู้ประกอบการ  
ภาคเอกชนอย่างสุดกำลังความสามารถ โดยจัด  
ทำโครงการต่างๆ ที่จะช่วยกระจายรายได้และ  
กระตุ้นเศรษฐกิจของทุกภาคส่วนให้เกิดขึ้นเร็ว  
ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

หนึ่งในนั้นคือ “โครงการเปิดเมืองปลอดภัย  
จัดงานโมบส์มั่นใจ ด้วยมาตรฐาน” โดยทดลอง  
นำร่อง 10 เมืองใหม่ ซึ่งเป็นเมืองที่มีศักยภาพ  
สูง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น เชียงใหม่  
นครราชสีมา พิษณุโลก ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี  
อุดรธานี และเมืองพัทยา พร้อมทั้งยกระดับ



“โครงการเปิดเมืองปลอดภัย  
จัดงานไมซ์มั่นใจ ด้วยมาตรฐาน จำเป็น  
ต้องพิจารณาการจัดงานให้ครอบคลุม  
ทุกกิจการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ  
การจัดงานไมซ์ เพื่อให้การเปิดเมืองและ  
การจัดงาน มีความปลอดภัยทั้งระบบและ  
ครอบคลุมทุกภูมิภาคอย่างแท้จริง”

นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา  
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม  
และนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน.

มาตรฐานด้านสุขอนามัยของระบบบริการและสถานประกอบการต่างๆ ในเมืองเหล่านี้ตามหลักเกณฑ์ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) และ MICE New Normal เพื่อรองรับการจัดประชุมและนิทรรศการ การเดินทางและการท่องเที่ยวในเมืองอย่างปลอดภัย เพิ่มความมั่นใจให้กับผู้จัดงาน และผู้เข้าร่วมงาน

โครงการนี้ เป็นการผนึกกำลังร่วมกันในระดับภาคี โดยมี สสปน. กระทรวงสาธารณสุข สมาคมและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และการขนส่ง ทั้งหมด 23 หน่วยงาน เช่น กรมการท่องเที่ยว กรมการขนส่งทางบก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และสมาคมโรงแรมไทย ลงนาม MOU ร่วมกันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คาดว่าจะสร้างรายได้และฟื้นฟูเศรษฐกิจของภูมิภาคในระยะแรกก่อน หลังจากนั้นจะมีการขยายผลไปเมืองอื่นๆ ต่อไป

“โครงการนี้ เป็นการผนึก  
ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อ  
ขับเคลื่อนเศรษฐกิจควบคู่กับมาตรการ  
ด้านสาธารณสุข ซึ่งจะเป็นแนวทางขอ  
พื้นที่ในการดำเนินการ และช่วยสร้าง  
ความมั่นใจถึงความปลอดภัย”

นายแพทย์สุวรรณชัย วัฒนายิ่งเจริญชัย  
อธิบดีกรมอนามัย



“ เป้าหมายของการจัดงาน Thailand MICE Virtual Expo จะครอบคลุมตลาดในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิกและจีน 80% และตลาดในยุโรปและสหรัฐอเมริกา 20% ซึ่งจะช่วยผลักดันการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในปี 2564 ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ 64,000 ล้านบาทภายในสิ้นปี 2564 ”

.....  
นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา  
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริม  
การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)



## ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยและ สสปน.

**“Thailand MICE Virtual Expo”  
ครั้งแรกของไทย เชื่อมโยงคู่ค้าตลาดโลก  
ระหว่างวันที่ 24-25 กุมภาพันธ์ 2564**

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เป็นอุปสรรคในการเดินทางระหว่างประเทศ ทั้งด้านท่องเที่ยว การจัดประชุมและนิทรรศการต่างๆ ในฐานะที่ สสปน. เป็นองค์กรของรัฐ ซึ่งมีหน้าที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้มีเวทีในการเจรจาธุรกิจเพื่ออนาคต มีการนำเสนอสินค้าใหม่ๆ แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นทางการตลาด และสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศ จึงนำมาสู่การจัดงานไมซ์นานาชาติ "Thailand MICE Virtual Expo" เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการเชื่อมโยงคู่ค้าตลาดโลก

"Thailand MICE Virtual Expo" เป็นงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่ สสปน. นำเอาวิทยาการสมัยใหม่เข้ามาใช้จัดงานในลักษณะเสมือนจริง (Virtual) เป็นครั้งแรกอย่างเต็มรูปแบบของประเทศไทย จัดขึ้นภายใต้แนวคิด "The River of New Era" แรงแบบดัลใจมาจาก "แม่น้ำเจ้าพระยา" อันเป็น

เส้นเลือดใหญ่ของการเดินทางของประเทศไทยสู่โลกภายนอกมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

เป้าหมายของการจัดงาน เพื่อให้เป็นเวทีสำคัญในการสื่อสารของประเทศไทยให้กับนักเดินทางไมซ์ทั่วโลก เตรียมความพร้อมและรักษาความสามารถทางการแข่งขันของไทยในตลาดไมซ์โลก ที่ยังคงเผชิญกับการปิดกั้นการเดินทางจากสถานการณ์โควิด-19 การจัดงาน Thailand MICE Virtual Expo ตั้งเป้าหมายมีผู้ร่วมงานไว้ที่ 3,000 คน แต่มีผู้เข้าร่วมงานจริงทั้งสิ้น 7,755 คน จาก 33 ประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของประเทศไทยที่มีการวางรากฐานและความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเข้มแข็ง เสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักธุรกิจต่างชาติ นำเม็ดเงินมาลงทุนทั้งระดับจุลภาคและมหภาคหลังจากที่สถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย นอกจากนี้ยังสร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อภาพลักษณ์ของ สสปน. ที่สามารถจัดงานเข้ากับสถานการณ์ที่การเดินทางยังถูกปิดกั้นได้เป็นอย่างดี



## ไฮไลท์ของงาน Thailand MICE Virtual Expo

- **การเจรจาธุรกิจ (Business Matching)** ของผู้ประกอบการไมซ์กับผู้ซื้อทั่วโลก
- **การเสวนาทางธุรกิจ** เพิ่มพูนความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของคนในวงการธุรกิจและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย



- **กิจกรรมสัมมนา (Online Webinar & Panel Discussion)** จากวิทยากรในแวดวงธุรกิจ ที่มาร่วมอัปเดตธุรกิจต่างๆ ของประเทศไทย ในยุควิถีใหม่ (New Normal)

- **กิจกรรมเวิร์กช็อปออนไลน์ (Live Streaming Workshop)** ซึ่งเป็นกิจกรรมส่งเสริมเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย เช่น การสอนศิลปะการชกมวยไทย จากแชมป์ระดับโลก การให้ความรู้เรื่องเฟสติวัลหุ่นไทย และกิจกรรมเพนท์หน้ากากอนามัย

## บทสรุปของความสำเ็จ

**33**

จำนวนประเทศที่เข้าร่วม

การเจรจาทางธุรกิจ (Business Matching)

**580** คู่ธุรกิจ



กิจกรรมสัมมนาและเวิร์กช็อปโดยมีวิทยากรจากหลากหลายธุรกิจ **23** คน



**30,293,284**

จำนวนผู้รับรู้ข่าวสารจัดงานจากสื่อต่างๆ



**7,750** คน  
จำนวนผู้ร่วมงาน

**30**

รายผู้จัดงานแสดงสินค้าของไทย

ผู้ซื้อ (Buyer) **178** ราย

จำนวนบูธ **30** บูธ



# ยุทธศาสตร์ที่ 4

## เสริมสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

### สสพ. ยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการไมซ์ไทย ในโครงการ Upskill-Reskill

สถานการณ์โควิด-19 ระลอกใหม่ ส่งผลให้การจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องพึ่งพาการจัดงานออนไลน์เต็มรูปแบบหรือการจัดงานไฮบริด (Hybrid Event) เพิ่มขึ้น เพื่อรักษาสถานะของการจัดงานให้ดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในช่วงของงบประมาณครึ่งปีแรก 2564 ไม่มีรายงานการยกเลิกจัดงานเพียงแต่เลื่อนระยะเวลาการจัดงานออกไปเท่านั้น

อย่างไรก็ดี ในช่วงที่เริ่มมีการผ่อนปรนและผู้คนผ่อนคลายจากสถานการณ์โควิด-19 สสพ. เร่งเตรียมความพร้อมและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการไทย จัดทำโครงการ “Upskill-Reskill ยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการไมซ์ไทย” เพื่อพัฒนาการจัดงานแบบดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพทัดเทียมกับนานาชาติ พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานของบุคลากรไมซ์ไทย เพิ่มพูนทักษะด้านดิจิทัลซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ไม่เคยหยุดนิ่ง ตลอดจนต่อยอดความคิดเชิงกลยุทธ์ เพื่อนำมาใช้พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เติบโตและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

สำหรับโครงการดังกล่าว สสพ. ทำงานร่วมกับ 2 สมาคมระดับโลก ได้แก่ สมาคมวิชาชีพการจัดการการประชุม (PCMA) และสมาคมมืออาชีพด้านการจัดประชุมนานาชาติ (MPI) โดยมีการจัดอบรมทั้งหมด 2 โปรแกรม คือ โปรแกรม Digital Event Strategist (DES) ซึ่งเป็นหลักสูตรรับรองผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดงานไฮบริดแบบดิจิทัล และโปรแกรม Certificates Event Designer (CED) สำหรับสร้างนักร้องแบบไฮบริดระดับนานาชาติ

การจัดอบรมรุ่นแรกเกิดขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ผู้เข้ารับการอบรมจะได้รับประกาศนียบัตร และถูกบรรจุรายชื่อไว้ใน “ศูนย์ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์” (Speaker Bureau) ซึ่งเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ เพื่อกระจายองค์ความรู้ด้านไมซ์ไปสู่ภูมิภาค และจะนำไปสู่การจัดตั้ง “สถาบันไมซ์แห่งอาเซียน” ศูนย์กลางแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ระหว่างบุคลากรไทยและผู้เข้าร่วมหลักสูตรจากต่างชาติ เพื่อพัฒนาเครือข่ายและเป็นประโยชน์ในการประกอบธุรกิจร่วมกันในอนาคต นอกจากนี้ยังต่อยอดภาพลักษณ์และการวางตำแหน่งให้ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในฐานะศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านไมซ์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



# ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน ภายในขององค์กร

## สสปน. สร้างวัฒนธรรมองค์กรสุจริต ปลูกจิตสำนึกบุคลากรให้มีคุณธรรม

สสปน. เป็นหน่วยงานรัฐ ที่ยึดหลักธรรมาภิบาลในการบริหารองค์กรมาโดยตลอด มีการดำเนินงานด้วยหลักคุณธรรม ซื่อสัตย์สุจริต และตรวจสอบได้ ซึ่งยืนยันได้จากผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) จากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2563 โดย สสปน. ได้คะแนน 93.75 อยู่ในระดับดีเลิศ

การจัดกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมองค์กรสุจริต จึงเป็นสิ่งที่ สสปน. ให้ความสำคัญ และยิ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 5 ที่ต้องการยกระดับศักยภาพของบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร รวมไปถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล จนนำไปสู่กิจกรรม “การมอบนโยบายการปฏิบัติหน้าที่และบริหารองค์กรอย่างซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลให้กับพนักงาน ประจำปีงบประมาณ 2564”

รวมทั้งจัดอบรมการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตของเจ้าหน้าที่รัฐให้แก่พนักงานของ สสปน. ทุกระดับ

วัตถุประสงค์ของกิจกรรม เพื่อสร้างจิตสำนึกให้บุคลากรในองค์กรต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ และวางแผนมาตรการป้องกันการทุจริตร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน ตลอดจนจัดทำข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการประเมินความเสี่ยง การทุจริตของสำนักงาน ให้เป็นไปตามขั้นตอนและบรรลุเป้าหมายตัวชี้วัดที่กำหนดโดยคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ซึ่งมีกำหนดเริ่มดำเนินการประเมินตามแผนในเดือนเมษายน 2564





# บทที่ 6

## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ อย่างยั่งยืน

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถนำเม็ดเงินมูลค่ามหาศาลเข้าสู่ประเทศไทย ไม่เพียงแต่ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 เท่านั้น ในช่วงที่เกิดวิกฤตของโควิด-19 ยังเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถดำเนินการต่อไปได้ และรักษาจำนวนงานไว้ได้อย่างครบถ้วน ที่สำคัญ หลังวิกฤตการณ์ของโควิด-19 คลี่คลายและเบาบางลง จะกลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติให้กลับมาแข็งแกร่งได้อีกครั้ง

อย่างไรก็ตาม สสพ. มีข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ เพื่อขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งตระหนักแล้วว่า มีความจำเป็นต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ให้ยั่งยืน รวมไปถึงช่วยพัฒนาเศรษฐกิจเชิงบวกให้กับประเทศไทยภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ที่ยังไม่จบหายในเร็ววัน



## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- **ขอความร่วมมือจากภาครัฐบาล ในการประชาสัมพันธ์และผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานระดับโลก** โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมมือกับ สสปน. ในการผลักดันและกระตุ้นให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ทั่วภูมิภาค พร้อมประชาสัมพันธ์ศักยภาพของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของการจัดประชุม และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก โดยชูภาพลักษณ์มาตรฐานการจัดงานไมซ์ที่เน้นด้าน Hygiene ควบคู่กับการจัดงานแบบผสมผสานหรือ Hybrid

- **ขอความร่วมมือให้แต่ละกระทรวงรับเป็นเจ้าภาพในการสร้างงานใหม่ๆ หรือพัฒนางานที่มีอยู่แล้วในประเทศให้เป็นงานเมกะอีเวนต์หรืองานไบซ์ระดับนานาชาติ ตลอดจนการประมูลสิทธิ์ให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมระดับโลก** ตามนโยบาย “1 Ministry 1 Event” โดยกำหนดให้แต่ละกระทรวงที่เกี่ยวข้อง ทำงานร่วมกับ สสปน. ในการเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมขนาดใหญ่ต่างๆ โดยมี สสปน. เป็น MICE Solution Integrator ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เชื่อมโยงในการจัดงานมหกรรมหรืองานระดับโลก (World MICE Event) เข้ามาจัดในประเทศ หรือการพัฒนาและยกระดับงานในประเทศ (Home Grown) ให้ไปสู่ระดับนานาชาติ และใช้เครือข่ายของรัฐในต่างประเทศเป็นกลยุทธ์สำคัญในการประชาสัมพันธ์งาน

- **ขอความร่วมมือให้ภาครัฐบาลส่งเสริมการจัดประชุมภาครัฐ (Government Meeting)** โดยขอความร่วมมือให้จัดประชุม สัมมนา นอกสถานที่ในภูมิภาค โดยพิจารณาใช้สถานที่ประชุมของเอกชน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานราก

“ สสปน. มีข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ เพื่อขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งตระหนักแล้วว่า มีความจำเป็นต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ให้ยั่งยืน ”

## ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- **ขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล ภาคเอกชน และกระทรวงที่เกี่ยวข้อง** เพื่อทำงานเชิงบูรณาการร่วมกัน อาทิ สร้างกฎเกณฑ์หรือข้อปฏิบัติสำหรับการฟื้นฟู การเยียวยา และรักษาบริบทด้านสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ในพื้นที่ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้ประเทศไทยมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาจัดประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Meeting & Incentive) รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว Workation ซึ่งกำลังเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน

- **ขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล ช่วยผลักดันนโยบายคลัสเตอร์หรือการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกันของไบซ์ (MICE) เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ** โดย สสปน. มีแนวคิดในการจัดทำนโยบาย “Agenda Based Events” หรือการจัดงานไมซ์ 1 งาน จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบของกิจกรรมการจัดประชุมสัมมนา หรือการจัดงานแสดงสินค้า กระจายรายรอบในพื้นที่ใกล้เคียงกัน และจัดในช่วงเวลาเดียวกัน เพื่อกระตุ้นและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ หรือเพื่อใช้ขับเคลื่อนวาระสำคัญของรัฐบาล ทั้งนี้ สสปน. ไม่สามารถดำเนินงานให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ หากปราศจากความร่วมมือของพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสนับสนุนอย่างจริงจังของรัฐบาล

- **ขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคมผู้ประกอบการในภูมิภาค ในการพัฒนาและยกระดับทั้งเมืองหลักและเมืองรองให้มีความพร้อมที่จะรองรับการจัดงานไบซ์และเทศกาลนานาชาติ** โดยเน้นการใช้อัตลักษณ์ของเมือง (City DNA) ในการออกแบบกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ผ่านการจัดงานไมซ์และเทศกาลนานาชาติ ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพของเมือง พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาบุคลากรภายในพื้นที่ ก่อให้เกิดมรดกใหม่ (New Legacy) ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งสร้างการพัฒนาอย่างรอบด้านและยั่งยืนให้กับเมืองและชุมชนตามหลักนโยบาย “Festival Economy”



รายงาน  
ผลการดำเนินงาน  
ครึ่งปีงบประมาณ

2564

(ตุลาคม 2563 ถึง มีนาคม 2564)





**สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)**  
อาคารสยามพิวรรณหอวเวอร์ 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](http://www.tceb.or.th)