

บทสรุปผู้บริหาร เรื่อง

“พัฒนาศักยภาพองค์กร/หน่วยงานในการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมวิชาการนานาชาติทางการแพทย์”

ตามนโยบายด้านสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข ข้อ 8 สนับสนุนกลไกการทำงานสาธารณสุขให้เป็นไปเพื่อส่งเสริมการสร้างความมั่นคงและความผาสุกของสังคมไทยและสังคมโลก และตามที่กระทรวงสาธารณสุขได้จัดทำยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) รองรับยุทธศาสตร์ประเทศไทย (Country Strategy) (พ.ศ. 2557-2561) โดยแบ่งออกเป็น 4 ผลผลิตหลัก คือ 1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) 2) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) 3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และ 4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) โดยนโยบายการเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ครม. ได้อนุมัติผ่านแล้วเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2559 การดำเนินงานการเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยตามที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ รวมถึงการยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติตามเจตนารมณ์สำคัญของนโยบาย Medical Hub ซึ่งได้มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานบริการสุขภาพในประเทศไทย และการเฝ้าระวังไม่ให้เกิดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ต่อระบบบริการสุขภาพหลักของคนไทย ทั้งนี้ตามผลผลิตด้านการเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การจัดประชุมวิชาการระดับนานาชาตินั้น กระทรวงสาธารณสุขโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2556 เพื่อร่วมกันดำเนินการในด้านการส่งเสริมสนับสนุน ให้มีการจัดประชุมวิชาการระดับนานาชาติ การถ่ายทอดองค์ความรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการและการจัดนิทรรศการทางการแพทย์นานาชาติ ทำให้เกิดการพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการและนวัตกรรม นำไปสู่การยกระดับและการพัฒนาประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย อย่างแท้จริงและยั่งยืนต่อไป

ความเป็นมาของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) และธุรกิจการจัดแสดงงาน สินค้า (Exhibition) ไมซ์นับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และสังคมเป็นอย่างมาก อันเนื่องจากการจัดงานในแต่ละครั้งของธุรกิจไมซ์ ก่อให้เกิดโอกาสที่ดีตามมาแก่ธุรกิจภาคบริการอื่นๆ อาทิ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจบริการนำเที่ยว ร้านค้า และห้างสรรพสินค้า ธุรกิจด้านการจัดเลี้ยงอีเวนต์ ต่างๆ เป็นต้น

ในส่วนของรัฐบาล ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการระดับสากล ได้อธิบายภาพรวมของ อุตสาหกรรม MICE ในมุมมองของรัฐบาลว่า MICE เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ โดยปัจจุบันไทยมีรายรับเข้าประเทศ 3 ช่องทาง คือ การส่งออก การลงทุน และการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม MICE จะเป็นช่องทางที่ 4 ที่จะนำรายรับเข้าประเทศ นอกเหนือจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเติบโตคู่ขนานและสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยในกลุ่มนักธุรกิจประชุมสัมมนา สสพ. ได้ดำเนินกลยุทธ์ เชิงรุกเพื่อค้นหาโอกาสประมุขงาน Convention รวมทั้งร่วมมือและทำงานอย่างใกล้ชิด

- การสร้างงาน (Build) คือ การสร้างงานใหม่ ให้ได้ระดับมาตรฐาน นานาชาติ เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ซื้อและผู้ขายจากต่างประเทศ

- การยกระดับ (Up-Grade) คือ การยกระดับงานที่จัดภายในประเทศ ให้มีสัดส่วน ผู้เข้าชม ผู้ซื้อ และผู้ขายจากต่างประเทศให้เพิ่มมากขึ้น

- การจำลองงาน (Clone) คือ การจำลองงานที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ใน ระดับนานาชาติให้ มาจัดในประเทศไทย เช่น การจัดงาน Automechanika มาจัดในประเทศไทย เป็นต้น

การพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ของไทยในอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีการพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE มีการใช้จ่ายสูงกว่า นักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 3 เท่า อันจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ ของประเทศไทย เช่น การประชุมนานาชาติ จะทำให้มีการ ถ่ายทอดเทคโนโลยีและการศึกษาวิจัย มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ จิวเวลรี่ สิ่งทอ สปา อาหาร ฯลฯ ทำให้ศักยภาพด้านการส่งออกของ ไทยมีการเติบโตมากขึ้น

Event Management Club (EMC) บริษัทซีเอ็มเออร์กาโนเซอร์จำกัด(มหาชน) หรือ CMO เป็นต้น ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับ อุตสาหกรรม MICE ว่าในปัจจุบันสัดส่วน ของ Meeting และ Incentive อยู่ที่ประมาณ 50% ซึ่งจะทำให้เกิดรายได้มหาศาล ให้กับประเทศ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ MICE ทั้งในกลุ่ม ที่ประกอบการอุตสาหกรรม MICE เช่น ผู้จัดงาน ศูนย์ประชุม รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควร มีการปรับตัวในด้านการสร้างเสริมศักยภาพในด้านของบุคลากรในองค์กร ให้มีการเรียนรู้ที่รวดเร็วขึ้น เพื่อให้ทันกับการ พัฒนาและเติบโตของอุตสาหกรรม MICE ในระดับสากล โดยทาง สสปน. ควรมีการจัด หลักสูตรอบรมสัมมนามากขึ้น นอกจากนี้ในด้านระบบข้อมูลการจัดเก็บสถิติต่างๆต้องมี การจัดให้เป็น ระบบ มีการรายงานที่ชัดเจนถูกต้อง เพื่อการวางแผนการตลาด ใน อุตสาหกรรม MICE ให้ก้าวสู่การแข่งขัน ในระดับโลกต่อไป

ประเมินศักยภาพอุตสาหกรรม MICE

ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบจากการที่มีสาธารณูปโภคและสถานที่จัดกิจกรรม MICE ที่มี มาตรฐานและมีอยู่อย่างพอเพียง ประกอบกับมีแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อ การจัดกิจกรรม MICE รวมทั้งจำนวนประชากรที่มีมากถึงจำนวน 68 ล้านคน ที่เป็นฐานการ ดำเนินงานกิจกรรม MICE

- **จุดแข็ง (Strength)** จากความพร้อมทางด้านสถานที่จัดงานโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวก สดวกต่าง ๆ เช่น การติดต่อสื่อสาร เทคโนโลยีสารสนเทศ การคมนาคมที่ทันสมัย รวมทั้งมีสถานที่ ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติจำนวนมาก

- **จุดอ่อน (Weakness)** สถานการณ์การเมืองที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น นอกจากนี้ การขาด ฐานข้อมูลเป็นอีกประเด็นหนึ่ง เช่น รายงานการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจ MICE ที่ สอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบัน การวิเคราะห์เกี่ยวกับทิศ ทางทางการดำเนินงานของ อุตสาหกรรม MICE เป็นต้น ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการ แข่งขันในระดับสากล รวมทั้งขาดการ ร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับ อุตสาหกรรม MICE รวมทั้ง ประเด็นที่สำคัญประการหนึ่งคือ ประเทศไทยขาดผู้ชำนาญการทางด้าน อุตสาหกรรม MICE อย่างแท้จริง และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญกับกิจกรรม MICE มากนัก จึงทำให้อุตสาหกรรม MICE ยังไม่พัฒนาไปเท่าที่ควร

- **โอกาส (Opportunity)** ของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย เกิดจากการที่อุตสาหกรรม MICE มีแนวโน้มเติบโตอย่างมาก ดังนั้นโอกาสในการจัดกิจกรรม MICE จึง ยังคงมีอยู่ค่อนข้างสูง รวมทั้งการที่ประเทศไทยและกรุงเทพฯถูกจับตามองในฐานะ ศูนย์กลางทางด้านการค้าระหว่างประเทศของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รวมทั้งมีแหล่ง ท่องเที่ยวหลากหลายและ ประชากรมีชีวิตความเป็นอยู่และการศึกษาในระดับสูง นอกเหนือไปจาก นี้รัฐบาลเริ่มให้ความสำคัญกับธุรกิจ MICE มากขึ้นจากเดิม

- **อุปสรรค (Threat)** เกิดจาก อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวต่อ

ความมีเสถียรภาพทางการเมืองและปัญหาเศรษฐกิจโลกในภาพรวม ซึ่งส่งผล โดยตรงกับการเติบโตของอุตสาหกรรม MICE นอกจากนี้ยังมี ข้อจำกัดด้านภาษาของ บุคคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการด้านต่างๆ

นิยามศัพท์ใหม่ (MICE)

ตัวอักษรย่อ	คำเต็ม	นิยาม
M	International Corporate Meeting	การประชุมนานาชาติของกลุ่มบริษัทเอกชน โดยเป็นการ ประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากบริษัท เดียวกัน หรือ บริษัทในเครือเดียวกัน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1.International Meeting: การประชุมที่มีผู้เข้าร่วม เดินทางมาจากประเทศต่างๆตั้งแต่ 2 ทวีปขึ้นไป 2. Regional Meeting: การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมการประชุมเดินทางมาจากประเทศต่างๆในทวีปเดียวกัน ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป 3. National Offshore Meeting: การประชุมที่มี ผู้เข้าร่วมประชุมเดินทางมาจากประเทศใดประเทศ หนึ่งเพียงประเทศเดียว จากทวีป ไตๆมาร่วมประชุม กัน หรือมาร่วมประชุมกับประเทศ เจ้าภาพ
I	International Corporate Incentive Travel	การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ (International Incentive Travel) เป็นการจ้ดนำ เทียวเป็นหมู่คณะให้กับ พนักงาน เพื่อตอบแทนที่ ทำงานได้ตามเป้าหมายของบริษัท โดยบริษัทผู้ให้ รางวัลเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว
C	International non Corporate Meeting (Convention)	การประชุมนานาชาติของกลุ่มองค์กร โดยเป็นการ รวมกันหรือ เรียกให้มารวมกันของกลุ่มบุคคล แบ่ง ออกเป็น 2 ประเภท คือ 1.Association Meeting: การ ประชุมของสมาคม/ องค์กรนานาชาติ ซึ่งเป็นการรวมตัว กันของกลุ่มบุคคล ที่อยู่โนวิชาชีพเดียวกัน หรือคล้ายกัน 2. Government Meeting: การประชุมของภาครัฐ ซึ่ง เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลจากหน่วยงาน ภาครัฐ
E	International Exhibition (Trade Faire)	การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ คือ การแสดงผล งาน สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายชม โดยมีการจัดแสดง สินค้า มีวัตถุประสงค์หลักเชิง พาณิชย์ ก่อให้เกิดการติดต่อซื้อ ขายระหว่างธุรกิจกับ ธุรกิจ (Business to Business) แบ่ง ออกเป็น 3 ประเภท คือ 1. Public Show: การจัดงานแสดง สินค้าโดยที่มี กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้บริโภค 2. Trade Show: การจัดงานแสดงสินค้าโดยที่มี กลุ่มเป้าหมาย หลักเป็นผู้ประกอบการ 3. Trade and Public Show: การจัดงานแสดงสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นทั้งผู้บริโภค และผู้ประกอบการ

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ได้รับความยอมรับมากขึ้นในฐานะกลไกสำคัญของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ที่มีแนวโน้มการเติบโตในตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ และการจ้างงานให้แก่ ประเทศ ทั้งยังพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นี้มีอำนาจการซื้อสูง เนื่องจากมีความต้องการ สินค้าและ บริการที่มีคุณภาพดี ทั้งอาหารและเครื่องดื่ม สายการบิน โรงแรม ธุรกิจการขนส่ง สินค้า เป็นต้น ดังนั้นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ จึงอยู่ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปโดยประมาณ 2-3 เท่า

การเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การฝึกอบรม การจัดงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น เหล่านี้ล้วนแล้วแต่อยู่ในความหมายของการ ท่องเที่ยวเชิง ธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุม นานาชาติและการ จัดนิทรรศการ หรือที่เป็นที่รู้จักกันในชื่อว่า MICE (Meeting, Incentive, Convention, และ Exhibition) จึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

โดยมีสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสปน.ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่ ดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน และหน่วยงาน พันธมิตรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ในการรองรับปริมาณการจัดกิจกรรมธุรกิจไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม ไมซ์ที่มีการเดินทางเข้ามาร่วมกิจกรรมไมซ์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผ่านกลยุทธ์การดำเนินงานส่งเสริม การจัดงาน ไมซ์ทั้ง 3 ด้านหลัก ได้แก่ กลยุทธ์การดึงดูดงาน (Win) มุ่งเน้นการประมูลสิทธิและดึงดูดงานเข้าประเทศ กลยุทธ์ การส่งเสริม (Promote) มุ่งเน้นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะ ศูนย์กลางของ อุตสาหกรรมไมซ์สู่การเป็น Top of MICE in Asia ในบทบาท Thailand Connect และ กลยุทธ์การ พัฒนา (Develop) มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สู่ความยั่งยืนใน ฐานะของผู้นำไมซ์แห่งอาเซียน

นอกจากนี้ความท้าทายที่สำคัญที่ประเทศไทยในฐานะผู้นำด้านการจัดงานไมซ์ของ ภูมิภาค จะต้องเผชิญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นั่นคือการก้าวเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่าง เป็นทางการ ในปี 2558 นำมาซึ่งโอกาสต่างๆ ทั้งแนวโน้มปริมาณการจัดงานไมซ์ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น นโยบายภาครัฐของ ประเทศอาเซียนที่เอื้อต่อการการค้าและการลงทุนระหว่างกันที่มากขึ้น เป็นต้น ในขณะที่ความท้าทายก็เป็น สิ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ อัน เนื่องจากข้อจำกัดด้านเมืองไมซ์ที่ มีอยู่ในปัจจุบันที่มีเพียง 5 เมืองหลัก ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ขอนแก่น และภูเก็ต อีกทั้งข้อจำกัด ด้านความพร้อมของทรัพยากรบุคคลด้านการบริหารจัดการไมซ์ที่ เพียงพอและได้มาตรฐานในการป้อนเข้าสู่ ภาคธุรกิจการจัดงานไมซ์นั้น

ดังนั้นแนวทางการส่งเสริมการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนที่ได้มาตรฐานด้านการบริหารจัดการ อุตสาหกรรมไมซ์จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมนโยบายของ สสปน. ภายใต้แบรนด์ Thailand Connect ที่วางบทบาทของสสปน. ต่อการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่จะเป็น (1) คู่คิดในการจัดวาง กลยุทธ์ในการ (Strategic Business Partner) (2) ผู้นำทางความคิดด้านการจัดงานระดับโลก (Thought Leader) (3) ผู้นำในการให้คำปรึกษาด้านการจัดงานที่ได้มาตรฐาน (Solution Provider) (4) ผู้นำด้านการ ประสานธุรกิจของภูมิภาค (Business Connector) และ (5) สนับสนุนส่งเสริมการพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์ไทย อย่างไม่หยุดนิ่ง (Capabilities Developer)

เศรษฐกิจโลกและอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ แนวโน้มเศรษฐกิจโลก

ภาพรวมแนวโน้มเศรษฐกิจโลก

รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจโลก (Global Economic Prospects-GEP) ฉบับเดือนมกราคม ปี 2558 คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจโลกในปี 2558 นี้จะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 จากในปี 2557 ที่เศรษฐกิจโลกมีการขยายตัวเพียงร้อยละ 2.6 โดยในปี 2559 คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจโลกนั้นจะมีการขยายตัวที่ร้อยละ 3.3 และในปี 2560 จะอยู่ที่ร้อยละ 3.2 อันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านราคาน้ำมันดิบที่ลดลง เศรษฐกิจของสหรัฐฯ ที่ตกต่ำลง อัตราดอกเบี้ยที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ และความผันผวนของเศรษฐกิจประเทศตลาดเกิดใหม่ที่มีขนาดใหญ่ที่จะมีความผันผวนน้อยลง ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจประเทศกำลังพัฒนาจะเติบโตมากขึ้น ในปีนี้ โดยรายงานฉบับนี้คาดการณ์ว่าในปี 2557 ที่ผ่านมานั้น ประเทศกำลังพัฒนาจะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ร้อยละ 4.5 และคาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 4.8 ในปี 2558 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.3 และ 5.4 ในปี 2559 และปี 2560 ตามลำดับ

สำหรับประเทศที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะเติบโตระดับปานกลางอยู่ที่ร้อยละ 2.2 (จากร้อยละ 1.8 ในปี 2557) และคาดการณ์ว่าจะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 2.3 ในปี 2558 ทั้งนี้เป็นผลมาจากการฟื้นตัวของตลาดแรงงาน การผ่อนคลายด้านงบประมาณ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่ลดลง และต้นทุนการเงินที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ โดยการเติบโตของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่จะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3.2 ในปีนี้ (จากร้อยละ 2.4 ในปีที่ผ่านมา) ขณะที่เศรษฐกิจของกลุ่มประเทศในยุโรปมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวช้ากว่าที่คาด โดยคาดการณ์ว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจจะอยู่ที่ร้อยละ 1.1 ในปี 2558 เท่านั้น (จากร้อยละ 1.8 ในปีที่ผ่านมา) แต่น่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นได้เป็นร้อยละ 1.6 ในปี 2559 - 2560 ในขณะที่ญี่ปุ่นจะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ที่ร้อยละ 1.2 ในปี 2558 (จากเดิมร้อยละ 0.2 ในปี 2557)

แม้ว่ารายงานแนวโน้มเศรษฐกิจโลก (GEP) ฉบับเดือนมกราคม ปี 2558 จะคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจโลกในปี 2558 นี้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นได้จากปี 2557 แต่รายงานฉบับดังกล่าวก็ได้ประเมินว่าการเติบโตของเศรษฐกิจโลกปัจจุบันยังคงมีความความเปราะบาง และมีความเสี่ยงอยู่มาก จากปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ 4 ปัจจัย ปัจจัยแรก คือ การค้าโลกที่ยังคงอ่อนแอจากอุปสงค์โลกที่ชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยต่อมาคือ ความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดการเงินระหว่างประเทศ ปัจจัยที่สาม คือ การชะลอตัวของการเติบโต ทางเศรษฐกิจและการค้าของประเทศผู้ส่งออกน้ำมัน ปัจจัยสุดท้ายคือ ความเสี่ยงที่เศรษฐกิจในประเทศในเขตยูโรโซนและญี่ปุ่นจะชะลอตัวหรือประสบภาวะเงินฝืดนานกว่าที่คาดการณ์ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยลบที่ส่งผลให้การขยายตัวของเศรษฐกิจโลกในปี 2558 ไม่เป็นไปตามที่ประมาณการได้

ทั้งนี้ รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจโลก (GEP) ฉบับเดือนมกราคม ปี 2558 คาดการณ์ว่าการที่ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ยังคงมีแนวโน้มที่ยังคงอ่อนตัวในปี 2558 นั้นจะช่วยลดความกดดันเรื่องอัตราเงินเฟ้อและดุลบัญชีเดินสะพัด และดุลการคลังในประเทศผู้นำเข้าน้ำมันอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ราคาน้ำมันที่ยังคงมีแนวโน้มที่ยังคงอ่อนตัวอยู่ในขณะนี้จะทำให้เศรษฐกิจประเทศผู้ส่งออกน้ำมัน ชะลอตัวลงด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น เศรษฐกิจของประเทศรัสเซียที่คาดการณ์ว่าจะหดตัวอยู่ที่ระดับร้อยละ 2.9 ในปี 2558 และคาดว่าจะเติบโตเพียงร้อยละ 0.1 ในปี 2559 เป็นต้น

สรุปแนวโน้มเศรษฐกิจแต่ละภูมิภาค

1. ภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิก

คาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องในอัตราที่ช้าลงแต่จะมีความสมดุลมากขึ้น โดยการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคจะลดลงเป็นร้อยละ 6.9 ในปี 2557 ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายเศรษฐกิจที่เข้มงวด และสภาวะตึงเครียด ทางการเมืองของประเทศต่างๆ ในภูมิภาค ซึ่งทำให้การส่งออก ของภูมิภาคไม่โตเท่าที่ควร ทั้งนี้คาดการณ์ว่าภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกและแปซิฟิก จะมีอัตราขยายตัวที่ร้อยละ 6.7 ในปี 2558

และยังคงขยายตัวได้ในอัตราคงที่ดังกล่าวในปีถัดไป จากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของจีน ซึ่งจะทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งภูมิภาคชะลอตัวลง โดยคาดการณ์ว่านโยบาย การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจีน และการลด นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐนั้นจะทำให้การเติบโตของ จีนเหลือเพียงร้อยละ 6.9 ภายในปี 2560 (ลดลงจากร้อยละ 7.4 ในปี 2557) ส่วนประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค นอกเหนือจากจีน คาดการณ์ว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจจะสามารถขยายตัวเพิ่ม ขึ้นเป็นร้อยละ 5.5 ภายในปี 2560 (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.6 ใน ปี 2557) โดยที่การลงทุน การลงทุน และความมั่นคงทางการ เมืองที่เพิ่มมากขึ้น จะเป็นปัจจัยหลักสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้

2. ภูมิภาคยุโรปและเอเชียกลาง

การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาใน ภูมิภาคยุโรปและเอเชียกลาง คาดว่า จะต่ำกว่าตัวเลขประมาณการณที่ร้อยละ 2.4 ในปี 2557 สาเหตุหลักคือการฟื้นตัวทาง เศรษฐกิจที่ไม่ต่อเนื่องในทวีปยุโรป และภาวะเศรษฐกิจชะงักงัน (stagnation) ในรัสเซีย โดยการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้โดยรวมคาดว่าจะฟื้นเป็นร้อยละ 3 ในปี 2558 ร้อยละ 3.6 ในปี 2559 และร้อยละ 4 ใน ปี 2560 แต่จะ ขยายตัวในทิศทางที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ตั้งเครียดระหว่างรัสเซียและ ยูเครน มาตรการความร่วมมือคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ ความเสี่ยงที่ภาวะเศรษฐกิจชะงักงันในยุโรป จะมี ระยะเวลาานกว่าที่คาดการณ์ และการลดต่ำลงของราคาสินค้าโภคภัณฑ์อย่างต่อเนื่องที่ยังคงเป็นปัจจัย ความเสี่ยงสำคัญ ที่คุกคามการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้

3. ภูมิภาคละตินอเมริกาและแคริบเบียน

แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจใน ภูมิภาคละติน อเมริกาและแคริบเบียนนั้น มีทิศทางลดลง อย่างชัดเจน โดยมีอัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจเท่ากับร้อยละ 0.8 ในปี 2557 ทั้งนี้การเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคลดลงอย่างมากเป็น ผลเนื่องจากปัจจัยลบภายในภูมิภาค ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ในประเทศ คู่ค้าสำคัญ และราคาสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วโลกที่ลดต่ำลง เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามคาดว่าผลจากการขยายตัว ทางเศรษฐกิจของภูมิภาคอเมริกาเหนือ และอเมริกากลางที่ฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวจะส่งผลดีต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ในภูมิภาค และน่าจะทำให้การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP growth) เป็นร้อยละ 2.6 ในปี 2558 ถึง 2560 อย่างไรก็ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาค ละตินอเมริกาและแคริบเบียนยังคงมีปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ อาจมีผลกระทบต่อ การเติบโตของภูมิภาคนี้ คือ ภาวะเศรษฐกิจ ชะลอตัวมากกว่าที่คาดไว้ของจีน และการลดต่ำลงอย่างมากของราคาสินค้าโภคภัณฑ์

4. ภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาตอนเหนือ

การเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศผู้ส่งออก น้ำมันค่อนข้างทรงตัวในปี 2557 ในขณะที่กิจกรรมทาง เศรษฐกิจของกลุ่มประเทศผู้ส่งออกน้ำมันฟื้นตัวเล็กน้อยจากปี 2556 โดยมีปัจจัย ด้านความไม่สมดุลทางด้านนโยบายการคลัง และปัจจัยภายนอกเป็นสาเหตุสำคัญที่กระทบต่อการเติบโต ทางเศรษฐกิจของภูมิภาค ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้จะฟื้นตัวอย่างช้าๆ เป็นร้อยละ 3.5 ในปี 2560 (จากร้อยละ 1.2 ในปี 2557) โดยมีความเสี่ยงของสถานการณ์ความขัดแย้งภายในภูมิภาคและ ราคาน้ำมันที่ผันแปรเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศกลุ่มนี้ ในปี 2558 คาดว่าจะ คงที่อยู่ร้อยละ 4.6 (ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้) โดยส่วนมากเป็นผลมาจากราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ที่ลดต่ำลง และการเติบโตทางเศรษฐกิจจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.1 ภายในปี 2560 ปัจจัยสำคัญเป็น ผลจากการลงทุน ด้านระบบสาธารณสุข ผลิตผลทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น และ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ใน ตลาดโลกที่ลดลง

5. ภูมิภาคเอเชียใต้

เศรษฐกิจในภูมิภาคนี้คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.5 ในปี 2557 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.9 ในปี 2556 การเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคเป็นผลมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของอินเดียซึ่งเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในภูมิภาคในช่วงเวลา 2 ปีที่ผ่านมาเป็นสำคัญ โดยการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 6.8 ภายในปี 2560 เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่ผ่อนคลายภาวะจำกัดของอุปทานในอินเดีย สถานการณ์ความตึงเครียดที่ลดลงในปากีสถาน และอุปสงค์สำหรับอุตสาหกรรมส่งออกของภูมิภาคที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก

6. ภูมิภาคแอฟริกาตอนใต้

เศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ยังคงขยายตัวเพียงเล็กน้อยในปี 2557 อยู่ที่ร้อยละ 4.5 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการชะลอตัวของเศรษฐกิจในหลายประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจขนาดใหญ่ในภูมิภาค โดยเฉพาะแอฟริกาใต้ การเติบโตทางเศรษฐกิจในปี 2558 คาดว่าจะคงที่อยู่ที่ร้อยละ 4.6 (ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้) โดยส่วนมากเป็นผลมาจากราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่ลดต่ำลง และการเติบโตทางเศรษฐกิจจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.1 ภายในปี 2560 ปัจจัยสำคัญเป็นผลจากการลงทุนด้านระบบสาธารณสุข ผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น และราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลกที่ลดลง

7. สรุปแนวโน้มเศรษฐกิจไทย

รายงานเศรษฐกิจตะวันออกและแปซิฟิก เมษายน 2558 (East Asia Pacific Economic Update) คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2557 นั้นมีการขยายตัวประมาณร้อยละ 0.7 ชะลอตัวลงจากปี 2556 โดยคาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวในอัตราที่สูงขึ้นได้ในปี 2558 - 2560 ทั้งนี้สถานการณ์ความขัดแย้งภายในประเทศในช่วงปี 2557 นั้นส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ภายในประเทศและการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยคาดว่าอุปสงค์ภายในประเทศและการส่งออกซึ่งชะลอตัวในปี 2557 จะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ในปี 2558 เนื่องจากการปรับตัวลดลงของราคาน้ำมัน การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย รวมถึงภาคการท่องเที่ยวที่เริ่มฟื้นตัว ทั้งนี้ เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะมีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2559 - 2560 จากการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ ในขณะที่เงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยจะคงอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม อัตราการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของไทยในระยะถัดไปนั้นขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการส่งออกไทยและเสถียรภาพทางการเมืองในระยะต่อไป โดยภาคการท่องเที่ยวของไทยคาดว่าจะขยายตัวในปี 2558 หลังจากที่ยอดนักท่องเที่ยวในปี 2557 โดยคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะขยายตัวได้ราวร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว Thailand's Economic Prospects

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ข้อมูลสำคัญในอุตสาหกรรม MICE ทั่วโลก (ที่มา : ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), MICE Review 2015)

จากสถิติการประชุมนานาชาติของ International Congress and Convention Association (ICCA) ในช่วงครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 หรือ ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 นั้น ไทยได้มีโอกาสด้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งสิ้น 493,384 ราย และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนให้กับเศรษฐกิจไทยทั้งสิ้น 39,671 ล้านบาท โดยจากตัวเลขดังกล่าว แบ่งเป็น นักเดินทางกลุ่มการประชุมองค์กรจำนวน 135,240 คน (ร้อยละ 22) กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจำนวน 143,053 คน (ร้อยละ 23) กลุ่มการประชุมนานาชาติ จำนวน 141,015 คน (ร้อยละ 22) และกลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติจำนวน 74,076 คน (ร้อยละ 12) โดยตลาดหลัก 5 อันดับแรก มาจากจีน อินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา ภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้ามามากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชีย คิดเป็น

ร้อยละ 75.25 รองลงมายุโรปร้อยละ 10.06 และอเมริการ้อยละ 4.72 ทางด้านประเทศที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่ม ไมซ์สูงสุด 5 อันดับได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสิงคโปร์

จากรายงานของ International Congress and Convention Association (ICCA) เปิดเผยว่าอันดับของไทยในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติระดับโลกได้เลื่อนขึ้นมาจากลำดับที่ 33 ในปี พ.ศ. 2557 เป็นลำดับที่ 27 ในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนการจัดการประชุมนานาชาติเพิ่มขึ้นจาก 118 งาน ในปี พ.ศ. 2557 เป็น 151 งาน ในปี พ.ศ. 2558 สำหรับอันดับของไทยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น ไทยอยู่ในอันดับที่ 6 รองจากญี่ปุ่น จีน เกาหลี ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ นอกจากนี้ อันดับของกรุงเทพฯ ยังเลื่อนขึ้นจากลำดับที่ 29 ในปี พ.ศ. 2557 มาอยู่ที่ 16 ในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนการจัดการประชุมนานาชาติเพิ่มขึ้นจาก 73 งาน ในปี พ.ศ. 2557 มาเป็น 103 งาน ในปี พ.ศ. 2558 เมื่อเทียบกับเมืองอื่นๆในเอเชียแปซิฟิกแล้ว กรุงเทพฯ อยู่ในอันดับที่ 4 รองจากสิงคโปร์ กรุงโซล และฮ่องกง

ทั้งนี้หัวข้อการประชุมที่มีการจัดประชุมนานาชาติในตลาดโลกมากที่สุด คือ หัวข้อด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ (Medical Science) รองลงมาได้แก่ เทคโนโลยี (Technology) และวิทยาศาสตร์ (Science) ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลการสำรวจของ ICCA พบว่า ระยะเวลาการประชุมนานาชาติทั่วโลกมีแนวโน้มสั้นลงทุกปี โดยมีระยะเวลาการประชุมเฉลี่ยเท่ากับ 3.8 วัน

ข้อมูลสำคัญในอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย (ข้อมูลจากรายงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2559)

1. หน่วยงานที่เป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ มีหน่วยงานที่สำคัญ 3 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายภาคเอกชน ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งกำกับโดยนายกรัฐมนตรี มีภารกิจ คือ เป็นศูนย์ประสานงานแบบบูรณาการให้แก่ภาครัฐและภาคเอกชนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- การประชุมองค์กร (Meeting)
- การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)
- การจัดประชุมนานาชาติ (Convention)
- การแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibition)

2. สถิติของอุตสาหกรรม MICE พบข้อมูลสำคัญ ดังนี้

2.1 จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ และรายได้ไมซ์

พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (MICE Tourist) จัดเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (High Quality Tourist) ซึ่งเข้ามาทำธุรกิจและท่องเที่ยวอย่างมีความเข้าใจในบริบทด้านสังคม ขนบธรรมเนียม และ ประเพณีไทย และไม่พบว่าสร้างปัญหาให้สังคม และภาคการท่องเที่ยวไทยแต่อย่างใด เมื่อเทียบกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวธรรมดาทั่วไป ดังที่พบเห็นข้อมูลจากสื่อต่างๆ ส่งผลให้เกิดการทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ดีตามมา จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ยังพบว่าที่ผ่านมานักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีการใช้จ่ายเงินโดยเฉลี่ยต่อคน ในด้านที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง การใช้จ่ายซื้อของ สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 2- 3 เท่าด้วยกัน

2.1.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีวัตถุประสงค์ประสงค์ในการเดินทางที่เฉพาะเจาะจง เกี่ยวเนื่องกับการเดินทางเพื่อร่วมประชุม บริษัท การท่องเที่ยวจากรางวัลที่ได้รับ การเข้าร่วมประชุมนานาชาติ หรือ การเข้าร่วมแสดงสินค้าหรือ นิทรรศการนานาชาติ

2.1.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สามารถนำนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพ (Quality

Visitors) เข้ามาท่องเที่ยว ภายในประเทศ และมีระดับการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 3-4 เท่า

2.1.3 นอกจากรายได้ที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องได้รับจากการเข้ามาจัดกิจกรรมธุรกิจไมซ์แล้ว ผลประโยชน์ที่ประเทศได้รับ ทางอ้อมคือ กิจกรรมไมซ์ต่างเหล่านี้ ล้วนก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือ การถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อพัฒนา ทรัพยากรบุคคลของประเทศอีกด้วย

2.1.4 แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สสพ.เป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินงานส่งเสริม อุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน และหน่วยงานพันธมิตรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการรองรับปริมาณการจัดกิจกรรมธุรกิจไมซ์ และจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่มีการเดินทางเข้ามาร่วม กิจกรรมไมซ์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากข้อมูล ของทางสสพ.พบว่า ภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว กลุ่มไมซ์เข้ามามากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 75.25 รองลงมา ยุโรป ร้อยละ 10.06 และ อเมริกา ร้อยละ 4.72 ทางด้านประเทศที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่ม ไมซ์สูงสุด 5 อันดับได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสิงคโปร์

พบว่ามียกเดินทางกลุ่มไมซ์เดินทางเข้ามายังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547- 2556 มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องถึงร้อยละ 73.7 และในด้านรายได้เติบโตถึงร้อยละ 150.86 และลดลงในปี พ.ศ. 2557 ร้อยละ 9.30 และด้านรายได้ลดลงร้อยละ 8.69

ปี	จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)	รายได้ไมซ์ (ล้านบาท)
2547	430,075	31,798
2548	582,392	40,586
2549	901,825	66,602
2550	744,101	59,735
2551	821,892	61,570
2552	686,609	53,714
2553	679,585	53,515
2554	840,054	70,625
2555	895,224	79,770
2556	1,013,502	88,485
2557	919,164	80,880

ที่มา : ข้อมูลจาก annual report 2015 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

2.2 จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จำแนกรายประเภทธุรกิจ

ข้อมูลในปีงบประมาณ พ.ศ.2557 พบว่ามีนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศจำนวน 919,164 คน ลดลงจากปีงบประมาณ พ.ศ.2556 ร้อยละ 9.30 ด้านรายได้ลดลงร้อยละ 8.69 คิดเป็นมูลค่า รายได้ 80,880 ล้านบาท เนื่องจากสถานการณ์ภายในประเทศส่งผลกระทบต่อการเดินทางและการจัดงาน สำหรับธุรกิจกลุ่มไมซ์ในไทย

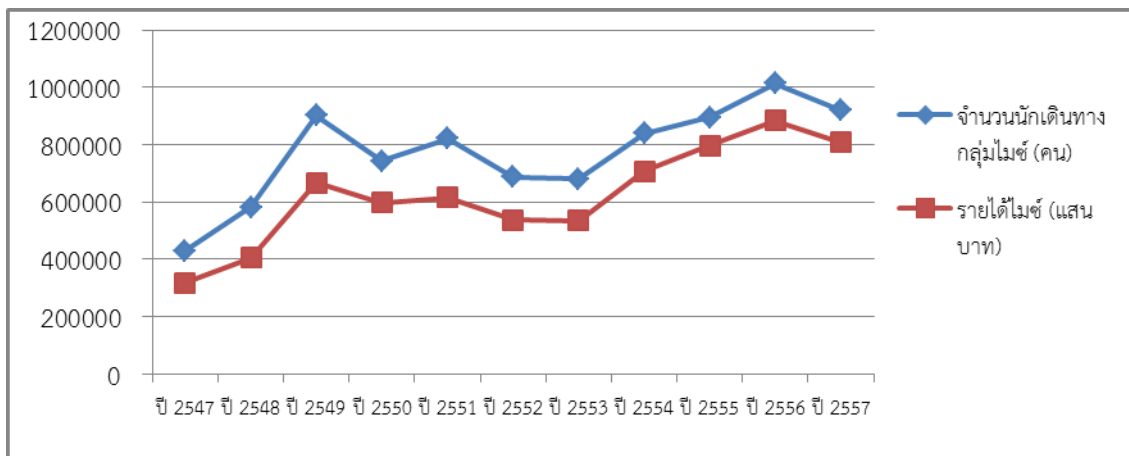
เมื่อพิจารณาจำนวนนักเดินทางและรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์แยกประเภทตามกลุ่มธุรกิจ ได้แก่ การประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions) พบว่า กลุ่มธุรกิจที่มีจำนวน นักเดินทางเข้าไทยมากที่สุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ การประชุมวิชาชีพ (ร้อยละ 31.32) การท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (ร้อยละ 26.17) การประชุมองค์กร(ร้อยละ 25.32) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

นานาชาติ(ร้อยละ 17.19) กลุ่มธุรกิจที่สร้างรายได้เข้าประเทศมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ การประชุมวิชาชีพ (ร้อยละ 33.09) การประชุมองค์กร (ร้อยละ 31.15) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ร้อยละ 18.90) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (ร้อยละ 16.85)

รายได้ต่อหัวที่ได้จากนักเดินทางไมซ์เรียงตามลำดับ ได้แก่ การประชุมองค์กร การประชุมวิชาชีพ งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามลำดับ

อุตสาหกรรม	นักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
การประชุมองค์กร (Corporate Meetings)	232,736	25,173
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel)	240,546	15,274
การประชุมนานาชาติ (Conventions)	287,886	26,737
การแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions)	157,996	13,616
รวม	919,164	80,880

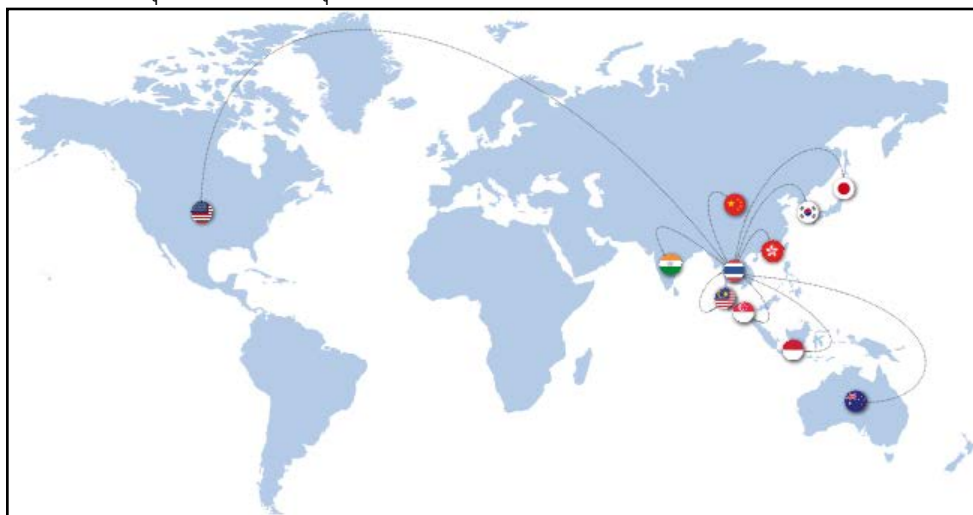
ที่มา : ข้อมูลจาก annual report 2015 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)



กราฟแสดงจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ และรายได้ไมซ์ในปีพ.ศ. 2547-2557

2.3 นักเดินทางกลุ่มไมซ์จำแนกรายประเทศ/ภูมิภาค

ภูมิภาคที่มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุด คือ ภูมิภาคเอเชีย 598,685 คน (ร้อยละ 65.13) ยุโรป 106,014 คน (ร้อยละ 11.53) และอเมริกา 49,613 คน (ร้อยละ 5.40) โดยภูมิภาคเอเชียมีการเติบโตในธุรกิจไมซ์มากที่สุด



ที่มา : annual report 2015 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

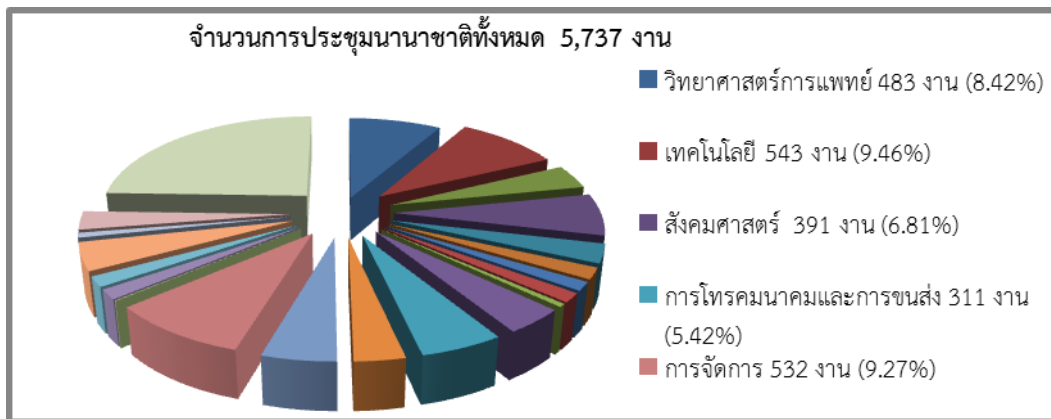
โดย 10 อันดับแรกของประเทศที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เดินทางเข้าประเทศไทยสูงสุดในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ได้แก่ ประเทศจีน อินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เกาหลี อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และฮ่องกง

อันดับ	ประเทศ	นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (คน)	รายได้ไมซ์ (ล้านบาท)
1	จีน	120,684	10,608.84
2	อินเดีย	83,351	7,327.05
3	มาเลเซีย	69,034	6,068.52
4	สิงคโปร์	66,956	5,885.83
5	สหรัฐอเมริกา	38,491	3,383.59
6	ออสเตรเลีย	37,947	3,335.77
7	เกาหลี	33,398	2,935.88
8	อินโดนีเซีย	33,325	2,929.47
9	ญี่ปุ่น	31,733	2,789.52
10	ฮ่องกง	18,087	1,589.96

ที่มา : ข้อมูลจาก annual report 2015 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

2.4 ข้อมูลการประชุมวิชาการนานาชาติในไทย

พบว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 มีการจัดประชุมนานาชาติรวม 5,737 ครั้ง แบ่งตามประเภทของการจัดประชุมสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เทคโนโลยี 543 ครั้ง (ร้อยละ 9.46) การจัดการ 532 ครั้ง (ร้อยละ 9.27) วิทยาศาสตร์การแพทย์ 483 ครั้ง (ร้อยละ 8.42) สังคมศาสตร์ 391 ครั้ง (ร้อยละ 6.81) และการโทรคมนาคมและการขนส่ง 311 ครั้ง (ร้อยละ 5.42)



ที่มา : ข้อมูลจากบทสรุปสำหรับผู้บริหาร สถิติ MICE 2556, สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

2.5 ลักษณะของการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ

แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ การจัดประชุมของสมาคมหรือองค์กรระดับนานาชาติ (Association Meeting) และการจัดประชุมของภาครัฐ (Government Meeting) ซึ่งต้องมีการวางแผนการจัดประชุมล่วงหน้า โดยจะหมุนเวียนการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและต้องมีการจัดเตรียม proposal /presentation ที่สมบูรณ์ ความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ ประกอบด้วย การมีองค์ความรู้ทางด้านวิชาการงานวิจัยและพัฒนาความสามารถในการเดินทางเข้าถึงได้สะดวกทุกช่องทาง สถานที่พักแรมมีคุณภาพและปริมาณเพียงพอ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดและมีชื่อเสียงระดับโลก มีระบบความมั่นคงและปลอดภัยที่มีเสถียรภาพ มีความพร้อมของหน่วยงานหรือสมาคมที่เป็นเจ้าภาพ

มีความพร้อมของผู้ให้บริการหลัก สถานที่จัดการประชุมมีความพร้อมบริหารโดยมืออาชีพ การขนส่งมวลชนในเมืองมีความสะดวกสบาย ค่าครองชีพมีความคุ้มค่าของเงิน มีการสนับสนุนที่จริงจังจากรัฐบาล ตลอดจนมีประสบการณ์ในการจัดการประชุมนานาชาติในอดีต

อุตสาหกรรมไมซ์ไทย...จุดยืนที่แข็งแกร่งบนเวทีโลก

จากศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีภูมิประเทศสวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีชื่อเสียงด้านการบริการ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐานระดับโลกอยู่มากมาย รวมถึงมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและความสามารถในการธุรกิจ บริการได้ตลอดห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว ทั้งการให้ข้อมูล การตลาด แหล่งที่พัก สถานที่พักผ่อน รวมถึงกิจกรรมสันทนาการและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลอดจนการให้บริการด้านการเงินและประกันภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้มีความแข็งแกร่งในเวทีโลก World Economic Forum ได้ศึกษาและจัดทำรายงาน Travel & Tourism Competitiveness Index 2015 พบว่าไทยมีลำดับความสามารถในการแข่งขันเป็นลำดับที่ 35 จากจำนวน 141 ประเทศทั่วโลก และจัดเป็นลำดับที่ 3 ในกลุ่มประเทศ ASEAN รองจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย

เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจากผลการศึกษาในรายงานดังกล่าว พบว่าไทยมี จุดเด่นที่สำคัญ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการนักท่องเที่ยว (Tourist Service Infrastructure) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) และโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ (Air Transport Infrastructure) โดยมีประเด็นที่ควรปรับปรุง ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งภาคพื้นดินและท่าเรือ (Ground and Port Infrastructure) ในขณะที่ควรเร่งสร้างภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย (Safety and Security) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือสำหรับชาวต่างชาติ

สำหรับการประเมินความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย จากการศึกษาและจัดลำดับของ American Express Global Business Travel ในประเด็นเมืองที่ดีที่สุดสำหรับการจัดการประชุมและกิจกรรม (Meetings & Events) พบว่าไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นลำดับต้นๆ ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยข้อมูลปี 2557 พบว่ากรุงเทพและภูเก็ตของไทยติดลำดับเมืองที่ดีที่สุดลำดับ 6 โดยมีเมืองจากกลุ่ม ASEAN ที่ติดลำดับในกลุ่มนี้มีอีก 2 เมือง ได้แก่ สิงคโปร์ (ลำดับที่ 1) และบาหลีอินโดนีเซีย (ลำดับที่ 5)

อุตสาหกรรมไมซ์ไทย... ความสมดุลที่สมบูรณ์แบบ

ความสมดุลที่สมบูรณ์แบบถือเป็นจุดเด่นประการสำคัญของไทยที่ได้รับการยอมรับ และใช้เป็นบริบทสำคัญในการเชิญชวนให้ผู้ประกอบการไมซ์จากประเทศต่างๆ เข้ามาใช้ไทยเป็นสถานที่หรือจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ โดยไทยเป็นประเทศที่มีการผสมผสานระหว่างความความเก่าแก่และทันสมัยเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว อาทิ มีประเพณีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ในขณะที่สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองใหญ่มีความทันสมัย มีสถานที่ท่องเที่ยวท่ามกลางธรรมชาติซึ่งมีความสวยงาม ในขณะที่มีสถานที่รองรับการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ได้มาตรฐานระดับโลก ตลอดจนที่ตั้งและโครงสร้างพื้นฐานของประเทศสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังมีวิธีการให้บริการที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลกโดยจุดเด่นที่สำคัญของไทยสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์มีดังต่อไปนี้

1. ที่ตั้งในจุดยุทธศาสตร์สำคัญ

ไทยมีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการเดินทางและท่องเที่ยวของภูมิภาค อีกทั้งยังได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพและมี

มาตรฐานระดับโลก โดยเฉพาะด้านการบินซึ่งมีสนามบินสุวรรณภูมิเป็นสนามบินหลักขนาดใหญ่ สามารถพัฒนาเป็น International Gateway หรือ Transit & Transfer Hub ในฐานะท่าอากาศยานศูนย์กลางภูมิภาคได้ในอนาคต

2. โอกาสทางธุรกิจ

จากการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน เป็นแหล่งลงทุนที่สำคัญจากต่างประเทศ เป็นที่ตั้งสำนักงานของบริษัทชั้นนำของโลกมากมาย และเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญทางการค้าของกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม) ส่งผลให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจที่สำคัญของภูมิภาค ประกอบกับการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ตลาดการค้าและการลงทุนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว การจัดกิจกรรมไมซ์ในไทยจึงสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ทั้งผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานได้อย่างมีคุณภาพในทุกระดับ

3. สถานที่จัดงานที่หลากหลาย

ไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย และมีผู้ประกอบการคุณภาพอยู่ทั่วประเทศ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการไมซ์ได้ในทุกระดับ ตั้งแต่สถานที่เพื่อการพักผ่อนที่ได้รับค่านิยมระดับโลก สถานที่จัดแสดงนิทรรศการริมชายหาด ห้องประชุมหรือห้องจัดเลี้ยงท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติที่สมบูรณ์ ไปจนถึงสถานที่จัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับผู้เข้าชมงานได้จากทั่วโลก

4. วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์

ไทยเป็นประเทศที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมจากหลากหลายแหล่งอารยธรรมทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งได้มีการประยุกต์ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของประเทศได้อย่างกลมกลืนสั่งสมและปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยได้อย่างน่าประทับใจ จนกลายเป็นเอกลักษณ์และความภาคภูมิใจของคนไทยทั้งประเทศ อีกทั้งยังได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติด้วย ไม่ว่าจะเป็นศิลปะ ประเพณี สถาปัตยกรรม อาหาร และการแต่งกาย เป็นต้น

5. การบริการแบบไทยอันเลื่องชื่อ

ผู้ประกอบการไมซ์ที่ใช้ไทยเป็นสถานที่จัดงานจะได้รับการบริการแบบไทยซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลกตลอดเวลาที่อยู่ในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกในช่วงก่อนและระหว่างการจัดงาน รวมถึงการผ่อนคลายภายหลังจากการงาน นอกจากนี้ ไทยยังมีกิจกรรมด้านสันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่น่าสนใจอีกมากมาย ซึ่งเป็นความพลิดเพลินที่มาควบคู่กับการติดต่อธุรกิจในประเทศไทย

6. ความคิดสร้างสรรค์และพันธมิตร

นอกจากความโดดเด่นในประเด็นต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วไทยยังมีทีมงานคุณภาพจาก สสพ. และพันธมิตรทางธุรกิจที่พร้อมให้ความช่วยเหลือในการวางแผน แลกเปลี่ยนความรู้อำนวยความสะดวกและให้บริการด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์งานไมซ์ได้ประสบความสำเร็จที่สุดในทุกประเภทธุรกิจ

สสพ. เผยกลยุทธ์และแผนงานไมซ์ปี 60

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประกาศแผนธุรกิจไมซ์ปี 60 สอดคล้องวิสัยทัศน์รัฐบาล มุ่งพัฒนาประเทศอย่าง มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนเผยกลยุทธ์อุตสาหกรรมไมซ์ สอดรับการพัฒนายุทธศาสตร์ชาติไมซ์ 20 ปี ชู 3 แนวทางหลัก คือ การสร้างรายได้ การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม และการสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม ตั้งเป้าดันไมซ์อุตสาหกรรมหลักพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ กระจายความเจริญและรายได้สู่ทุกภูมิภาคอย่างยั่งยืน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พัฒนากลยุทธ์ธุรกิจไมซ์ปี 2560 จากการศึกษา 5 แนวทาง ได้แก่ กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติ ฉบับที่ 12 นโยบายประเทศไทย 4.0 นโยบายประชารัฐ แนวทางการนำศาสตร์พระราชมาเป็นพื้นฐานมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน โดยนำ "หลักการทรงงาน" ที่มีวิธีคิดอย่าง "องค์รวม" (Holistic) และ "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" และเทรนด์ตลาดไมซ์โลก มาเป็นพื้นฐานในการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจไมซ์ปี 2560 โดยมุ่งเน้นบูรณาการความร่วมมือกับพันธมิตรในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน ทุกระดับทั้งในประเทศและนานาชาติ เพื่อผลักดันให้เกิดการสร้างงานใหม่และเพิ่มการจ้างงานไมซ์คุณภาพให้เข้ามาในประเทศไทย

ด้านกลยุทธ์ที่ 1 'การสร้างรายได้' เพื่อความมั่นคง มั่งคั่งและตลาดหลักไมซ์ต่างประเทศ เน้นตลาด เอเชีย ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย ตามลำดับ มุ่งขยายระยะเวลาการพำนักในประเทศไทยและกระจายรายได้ในการเดินทางต่อเนื่องไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ส่งเสริมสถานที่จัดงานทั่วประเทศให้มีมาตรฐานและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจไมซ์ พร้อมส่งเสริมศักยภาพประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางของงานไมซ์ขนาดเมกะไซส์ โดยกระตุ้นการเดินทางนักธุรกิจไมซ์ผ่านแคมเปญการตลาด อาทิ Meet Double Cities, Meet Sustainable, Convene in Paradise และ ASEAN Rising Trade Show (ART) ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะเป็นจุดหมายของการจัดงานไมซ์ ทั้งในระดับประเทศและในระดับพื้นที่ ผ่านการตลาดเนื้อหาเชิงกลยุทธ์สถานที่จัดงาน งานไมซ์ไฮไลท์ สินค้าและบริการไมซ์เด่น โดยสื่อสารการตลาดไมซ์ในต่างประเทศภายใต้แบรนด์ 'Thailand CONNECT'

ด้านอุตสาหกรรมหลักที่มุ่งเน้น 'การจ้างงานและส่งเสริมธุรกิจไมซ์' แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็งและรัฐบาลให้การสนับสนุนอยู่เดิม ประกอบด้วย

- (1) อุตสาหกรรมอาหารและสินค้าเกษตร (2) อุตสาหกรรมยานยนต์ (3) อุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพและความงาม (4) อุตสาหกรรมพลังงานและ (5) อุตสาหกรรมโครงสร้างพื้นฐาน

กลุ่มที่ 2 อุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่รัฐบาลต้องการส่งเสริมเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศอย่างก้าวกระโดด ภายใต้แนวคิด ประเทศไทย 4.0 ซึ่งประกอบด้วย (1) กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ (4) กลุ่มดิจิทัล (5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากกลยุทธ์ดังกล่าว ที่สืบเร่งพัฒนา 'แผนงานขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ด้วยกิจกรรมไมซ์ (MICE Economic Model for Thailand 4.0)' ร่วมกันกับทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยริเริ่มจากการเป็นผู้นำดำเนิน 'โครงการจัดทำปฏิทินกิจกรรมไมซ์ไทย' เป็นครั้งแรกของประเทศ กำหนดหลักเกณฑ์การสนับสนุนการจัดงานไมซ์สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของแนวคิดประเทศไทย 4.0 และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมที่จะเป็นต้นแบบกลไกการขับเคลื่อนให้เกิดการปฏิบัติจริงได้ในการจ้างงานและส่งเสริมธุรกิจไมซ์แต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

ด้านกลยุทธ์ที่ 2 'การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม' เพื่อความมั่นคง ที่สืบวางแผนทางการสร้างประสบการณ์นักเดินทางกลุ่มไมซ์ด้วยนวัตกรรมผ่านการตลาดไมซ์ดิจิทัล (Digital Marketing) เพื่อพัฒนาไมซ์ไทย ภายใต้แนวคิด 'Thailand SMART MICE' การใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือการตลาดไมซ์ และสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลในการวางแผนการจัดกิจกรรมไมซ์ของไทยได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริหารจัดการงานไมซ์ที่สร้างประสบการณ์น่าประทับใจ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ร่วมงานทั้งก่อนงานระหว่างงานและหลังงาน เช่น ส่งเสริมผู้จัดงานใช้เทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน เช่น Voting System เทคโนโลยีที่ช่วยดึงดูดและเพิ่มความน่าสนใจในการแสดงงาน เทคโนโลยีเสมือนจริงจอภาพที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้งาน หรือการใช้ Virtual Reality เทคโนโลยี Beacon ที่สามารถสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้า ตั้งแต่การส่งข้อมูลรายชื่อ ตรวจสอบผู้เข้าร่วมงาน แสดงข้อมูลสินค้าให้กับผู้ใช้งานในบริเวณบูธ รวมถึง

เทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน เช่น การใช้ application หรือ wearable ในการลงทะเบียนใช้งาน เป็นต้น

ด้านกลยุทธ์ที่ 3 'การสร้างความสำเร็จเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม'

เพื่อความยั่งยืน โดยชูแนวทางหลักเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ทั้งการพัฒนามาตรฐานเชิงพื้นที่และสถานที่ การสร้างงานใหม่และการยกระดับงานเดิม การพัฒนาสินค้าและบริการผ่านการสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ไทย รวมถึงการพัฒนาบุคลากรไมซ์มืออาชีพ เพื่อการสร้างโอกาสการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์กระจายสู่ภูมิภาคอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ กิจกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) มีแผนงานเด่น คือ โครงการส่งเสริมการพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ โครงการความร่วมมือภายใต้คณะกรรมการประชารัฐด้านท่องเที่ยวและไมซ์ ผ่านการส่งเสริมการตลาดแบรนด์ไมซ์ในประเทศ 'ประชุมเมืองไทยภูมิใจช่วยชาติ' และเพิ่มการชูโครงการประชุมเมืองไทย อิมใจตามรอยพระราชดำริ อีกหนึ่งโครงการหลักภายใต้แคมเปญ โดยเป็นโครงการที่ส่งเสริมการเดินทางเข้าเยี่ยมชมและจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่โครงการพระราชดำริเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ของประชาชนในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกระตุ้นให้หน่วยงานจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่ต่างจังหวัดข้ามภูมิภาค โครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศในพื้นที่ชุมชน (Meet in the village) เพื่อกระจายและยกระดับรายได้จากกิจกรรมไมซ์สู่ชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Capabilities) มีแผนงานเด่น คือ โครงการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Academy) ทั้งในระดับ สถาบันการศึกษา พัฒนาหลักสูตรด้านไมซ์ในเชิงลึก 1 หลักสูตร (Event 101) การแลกเปลี่ยนความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาในประเทศออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกา จัดงาน MICE Academy & Career Day เพื่อสร้างเครือข่ายด้านการศึกษาไมซ์เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านไมซ์อย่างยั่งยืน รวมถึงการส่งเสริมให้บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ได้รับการอบรมและรับรองมาตรฐานวิชาชีพในระดับสากลในหลักสูตร CEM-Certified Exhibition Management, CMP – Certified Meeting Professional และขยายความร่วมมือกับสมาคม DMAI – Destination Marketing Association International เป็นต้น โครงการส่งเสริมองค์ความรู้และการตลาดไมซ์เพื่อความยั่งยืน (MICE Sustainability) ทั้งในและต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมนำร่องในการส่งเสริมความร่วมมือของผู้ประกอบการไมซ์ และเกษตรกรในการนำผลิตภัณฑ์และผลผลิตเกษตรอินทรีย์ส่งตรงต่อผู้ประกอบการในแนวคิด Farm to Functions เป็นต้น โครงการส่งเสริมมาตรฐานไมซ์ (MICE Standard) ด้านมาตรฐานสากล ผลักดัน TMVS – Thailand MICE Venue Standard ให้ได้รับการรับรองเป็นมาตรฐานระดับอาเซียน (AMVS-ASEAN Mice Venue Standard) และให้การสนับสนุนผู้ประกอบการไมซ์ในการจัดทำมาตรฐานใหม่คือ Food Waste Prevention และขยายให้การให้การสนับสนุนผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินการจัดทำมาตรฐานสากล (ISO) และ TMVS ให้มากขึ้น และมีกิจกรรมการมอบเกียรติบัตรรับรองมาตรฐานในวัน MICE Standard Day

ในปี 2560 ที่เส็บเสริมแนวทางการพัฒนาพันธกิจขององค์กรอีก 3 ด้านหลัก ได้แก่

1. การส่งเสริมบทบาทของทีเส็บในการเป็นผู้ประสานงานและอำนวยความสะดวก (Facilitator) ส่งเสริมความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการลดอุปสรรคและพัฒนาปัจจัยเอื้อ เช่น จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนากฎ ระเบียบผ่านกลไกคณะอนุกรรมการประสานงานภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์ และคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรมไมซ์

2. การพัฒนาสำนักงานภายใต้แนวทาง 'TCEB SMART BUREAU' โดยส่งเสริมการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดการก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจก (Carbon footprint) เช่น การ

พัฒนาระบบ E-meeting การใช้ระบบ E-document (Paperless) เป็นต้น นอกจากนี้จะริเริ่มโครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการธุรกิจอย่างต่อเนื่องภายใต้มาตรฐาน ISO 22301 เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

3. การส่งเสริมการดำเนินการอย่างมีธรรมาภิบาล โดยมีเป้าหมายการประเมินผลด้านความโปร่งใสและธรรมาภิบาล ภายใต้โครงการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ (Integrity and Transparency Assessment - ITA) โดยตั้งเป้าให้ที่เสียบอยู่ในอันดับที่ 20 (Top 20) จากหน่วยงานรัฐทั้งหมดในประเทศไทย

นอกจากนี้ ที่เสียบนำเทรนด์อุตสาหกรรมไมซ์โลกมาพัฒนากลยุทธ์ แผนงาน และแคมเปญการตลาดในปี 60 ได้แก่ เทรนด์การใช้เทคโนโลยีเข้ามาจับกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การวางแผนและการดำเนินการจัดงานไมซ์ เพื่อให้เกิดประสบการณ์สำหรับผู้เข้าร่วมงาน (Technology and Digital Disruption) ด้านเทรนด์ส่งเสริมตลาดการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีแนวโน้มการเดินทางธุรกิจและหาเวลาพักผ่อนระหว่างเดินทาง (Business Travel with Pleasure) และเน้นโปรแกรมการเดินทางประชุมส่งเสริมกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคม (Bleisure Travel & Sustainable Practice) เทรนด์ตลาดการประชุมนานาชาติ มีแนวโน้มการประชุมนานาชาติที่มีขนาดใหญ่ขึ้น จะมีการประชุมที่แยกเป็นรายภูมิภาคเพิ่มขึ้นและจะมีความถี่ในการประชุมมากขึ้น โดยเทรนด์ตลาดการจัดงานแสดงสินค้าจะมีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมที่ครบวงจร ทั้งการประชุม และการแสดงสินค้า และนิทรรศการด้วยกันในงานเดียว และหัวข้อของงานจะสอดคล้องกับการเติบโตของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

หลักเกณฑ์และแนวทางในการพัฒนาไมซ์ซิตี้

1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมและสถานที่จัดประชุม (Meeting and Accommodation Facilities) ซึ่งประกอบด้วย ความจุของสถานที่จัดประชุม (Capacity) ความหลากหลายของสถานที่จัดประชุม (Variety) และความเหมาะสมของสถานที่จัดประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวก (Suitability) จะพบว่าในพื้นที่ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับปัจจัย ความจุของสถานที่และความเหมาะสมของสถานที่พักรวมและสถานที่จัดประชุม

2. ค่าใช้จ่าย (Cost) ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (Transportation Expense) ค่าใช้จ่ายของ สถานที่พักรวม (Lodging Expense) ค่าใช้จ่ายของอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Expense) ราคาของเครื่องอุปโภคบริโภค (Commodity Price) และค่าใช้จ่ายของสถานที่จัดงาน (Cost of Convention Venue) จากการวิเคราะห์ห้วงวิจัยของประเทศต่างๆ จะพบว่าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่พักรวม สถานที่จัดประชุม และอาหารเครื่องดื่ม โดยมีเพียงบางเกณฑ์ที่ให้ ความสำคัญกับราคาของเครื่องอุปโภคบริโภค

3. สภาพแวดล้อมของพื้นที่ (Site Environment) ซึ่งประกอบด้วย ภาพลักษณ์ของเมือง (City Image) ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่จัดงาน (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Infrastructure) และความปลอดภัย (Safety) พบว่าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับ ปัจจัยความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ จัดงานประชุมหรือนิทรรศการ ภาพลักษณ์ของพื้นที่จัดงาน และความปลอดภัยในพื้นที่ โครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่

4. การสนับสนุนในพื้นที่ (Local Support) ซึ่งประกอบด้วย การสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงาน ภาคเอกชนในพื้นที่ (Private & Government Support) จำนวนบริษัทหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดประชุม ในพื้นที่ (Convention Personnel) และประสิทธิภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานในพื้นที่ (Personnel Efficiency) พบว่าส่วนใหญ่จะมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ของแต่ละประเทศ

ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพของบุคลากร และ ประสิทธิภาพของบุคลากรในพื้นที่ โดยมีเพียงบางเกณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนการจัดงานประชุม ในพื้นที่จากภาครัฐ

5. กิจกรรมเพิ่มเติมอื่นๆที่นอกเหนือจากการประชุมสัมมนา (Extra Conference Opportunities) ซึ่งประกอบด้วย โอกาสในการสังสรรค์หรือทางธุรกิจ หรือทางสังคม (Social & Business network Opportunities) และสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (Sightseeing and Attraction) จากการวิเคราะห์ งานวิจัยของประเทศต่างๆ จะพบว่าส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านการท่องเที่ยว และความน่าสนใจของสถานที่ ท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับนานาชาติของประเทศไทย

การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ประเทศที่กำหนดไว้ในผลผลิตหลักด้านการเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) กิจกรรมหลักที่สำคัญกิจกรรมหนึ่ง คือ การจัดประชุมวิชาการนานาชาติ (MICE : Meeting/Incentive/Convention/Exhibition) โดยบทบาทความเป็นเลิศทางด้านวิชาการ เป็นบทบาทสำคัญของสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ในทั่วโลกได้มีการจัดการประชุมวิชาการนานาชาติในระดับ World Congress อย่างสม่ำเสมอ โดยมีประเทศต่างๆ เข้าร่วมประมุลงานเพื่อเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุม หากประเทศไทยได้มีการเตรียมเข้าร่วมประมุลงาน และจัดทีมนักวิชาการและเตรียม Proposal ที่ดี จะทำให้สามารถประมุลงานวิชาการสำคัญให้มาจัดการประชุมในประเทศไทย นำซึ่งการสร้างชื่อเสียง การพัฒนาศักยภาพทางวิชาการ จนนำไปสู่การยกระดับการจัดบริการสุขภาพที่มีคุณภาพและมาตรฐานต่อประชาชนชาวไทย สร้างรายได้ในธุรกิจและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการเดินทางเข้าร่วมประชมนอกจากนี้ โรงเรียนแพทย์ในประเทศไทย มหาวิทยาลัย/วิทยาลัย/สมาคม/ชมรม/มูลนิธิทางการแพทย์ สภาวิชาชีพทางการแพทย์ และสถานพยาบาลในประเทศไทยต่างก็มีศักยภาพในการจัดประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ทั้งที่ริเริ่มดำเนินงานด้วยตนเอง หรือเข้าร่วมประมุลงาน (bidding) จากองค์กรนานาชาติ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพิ่มขีดความสามารถและยกระดับการจัดบริการสุขภาพแก่ประชาชนชาวไทย และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
2. พัฒนา เผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการและนวัตกรรม
3. ส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัยของประเทศไทยในเวทีโลก
4. กระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม
5. เสริมศักยภาพและส่งเสริมบทบาทของ Local host
6. สร้างเครือข่ายและพันธมิตรในอุตสาหกรรม MICE ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ
7. กระตุ้นภาคเศรษฐกิจหลักและที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

แนวทางการดำเนินงาน

1. บรรลุเป็นกลยุทธ์ด้านการเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับนานาชาติไว้ในยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ระยะ 10 ปี (พ.ศ.2560-2569) เพื่อเป็นกรอบในการบริหารและขับเคลื่อนนโยบายระดับประเทศ โดยมีกิจกรรมดังนี้

1.1 ส่งเสริมให้ สมาคม/ราชวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นสมาชิกองค์กรระดับนานาชาติ เพื่อมีสิทธิในการเข้าร่วมประมุลงาน (Bidding) และเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ (World Congress) โดยการพัฒนาศักยภาพทางด้านองค์ความรู้และวิชาการ เพื่อนำไปสู่การได้รับสิทธิ์ในการประมุลงาน/ การริเริ่มการจัดประชุม/ การสนับสนุนให้เป็นสมาชิกขององค์กรนานาชาติหรือการจัดตั้งองค์กรระดับนานาชาติในประเทศไทย

1.2 ส่งเสริม สนับสนุนให้สมาคม/ราชวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีขีดความสามารถ

ในการจัดการประชุมนานาชาติภายในประเทศและขยายผลเป็น secretarial body ในสาขาที่มีศักยภาพ

1.3 พัฒนาสถาบันการศึกษาให้มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE รวมทั้งจัดทำ Career path รองรับบุคลากร

1.4 การพัฒนาระบบการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยพัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอด Value chain

1.5 การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ ในกลุ่มตลาดหลักและตลาดรอง เพื่อเพิ่มสัดส่วนของการจัดประชุมวิชาการในประเทศไทย สัดส่วนของผู้เข้าร่วมประชุมชาวไทยต่อชาวต่างชาติ

2. การบูรณาการทำงานกับหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง รวมทั้งภาคเอกชนในอุตสาหกรรม MICE เพื่อนำไปสู่การสร้างการแข่งขันและประสิทธิภาพในการดำเนินงานของหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องในนามประเทศไทย

ผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2558 - 2560

1. สนับสนุนการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ International Congress on Medical Virology (ICMV 2014) ซึ่งได้จัดการประชุมระหว่างวันที่ 5-7 พฤศจิกายน 2557 ณ โรงแรมพูลแมนคิง เพาเวอร์ กรุงเทพฯ จัดโดยสมาคมไวรัสวิทยา (ประเทศไทย) สมาคมชีวโมเลกุล (ประเทศไทย) คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

2. สนับสนุนการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ เรื่อง International Conference in Gastroenterology 2015 ซึ่งมีกำหนดจัดการประชุมระหว่างวันที่ 21-25 พฤศจิกายน 2558 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร จัดโดยสมาคมแพทย์ระบบทางเดินอาหารแห่งประเทศไทย

3. สนับสนุนการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ International Conference on Medical Rehabilitation and Prevention of Blindness (ICRPB 2015) ซึ่งมีกำหนดการจัดการประชุมระหว่างวันที่ 27-29 พฤศจิกายน 2558 ณ โรงแรมมณเฑียร ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ จัดโดยคณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ร่วมกับกรมการแพทย์ ราชวิทยาลัยจักษุแพทย์แห่งประเทศไทย สมาคมทัศนมาตรศาสตร์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมวิชาการแว่นตาแห่งประเทศไทย (ต่อมาผู้จัดการประชุมแจ้งขอยกเลิกการจัดประชุมในเดือนกรกฎาคม 2558)

4. สนับสนุนการจัดประชุมวิชาการนานาชาติ The 4th ASEAN Perspective in Liver Diseases 2016 (APLD 2016) ซึ่งมีกำหนดการจัดการประชุมระหว่างวันที่ 20-23 มกราคม 2559 ณ คิวค้ำคอนเวนชันเซ็นเตอร์เพล็กซ์ จังหวัดเชียงใหม่ จัดโดยสมาคมโรคตับแห่งประเทศไทย

ทั้งนี้การสนับสนุนการประชุมวิชาการต่างๆ ดำเนินการโดยการขอความอนุเคราะห์ บัตรโดยสารราคาพิเศษ จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สำหรับวิทยากรและผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศที่จะเดินทางจากจุดบินของการบินไทยมายังประเทศไทย รวมทั้งการประชาสัมพันธ์การประชุม โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพรับผิดชอบดำเนินการส่งหนังสือแจ้งเชิญเข้าร่วมการประชุมและโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การประชุม กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาลภาครัฐและโรงพยาบาลเอกชนทั่วประเทศ และการประชาสัมพันธ์การประชุมผ่านทาง Web Portal www.thailandmedicalhub.net และ website กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

5. สนับสนุนด้านการจัดทำสารสนับสนุนการประมุขสิทธิ์ ลงนามโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เพื่อประกอบการประมุขสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม แก่

5.1 งานประชุมวิชาการนานาชาติ Asian-Pacific Hepato-Pancreato-Biliary Congress 2019 (A-PPHBA 2019) โดยการประมุขสิทธิ์เป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมดังกล่าวมีขึ้นระหว่างวันที่ 18-21 มีนาคม 2558 ณ ประเทศสิงคโปร์ โดยสมาคมศัลยแพทย์ทั่วไปแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์และชมรมศัลยศาสตร์ ตับ ทางเดินน้ำดี ตับอ่อนแห่งประเทศไทย ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ทั้งนี้ประเทศที่ชนะการประมุขดังกล่าว ได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี

5.2 งานประชุมวิชาการนานาชาติ The 20th International Conference on Emergency Medicine (ICEM 2021) โดยการประมุขสิทธิ์เป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมในระหว่างวันที่ 26-29 ตุลาคม 2558 ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยสมาคมเวชศาสตร์ฉุกเฉินแห่งประเทศไทย ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ทั้งนี้ประเทศที่ชนะการประมุขดังกล่าว ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ดูไบ)

5.3 งานประชุมวิชาการนานาชาติ 2021 WADEM Congress on Disaster and Emergency Medicine โดยการประมุขสิทธิ์เป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมดังกล่าว ต้องดำเนินการยื่นเสนอตัวเป็นเจ้าภาพล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 5 ปี หากผ่านถึงรอบสุดท้าย จะต้องไปดำเนินการนำเสนอข้อมูลการประมุขสิทธิ์ของประเทศไทยต่อ Board of Directors ณ งานประชุม 2017 WADEM Congress on Disaster and Emergency Medicine ณ นครโตรอนโต ประเทศแคนาดา โดยสมาคมเวชศาสตร์ฉุกเฉินแห่งประเทศไทยร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

6. สนับสนุนด้านตราสัญลักษณ์เพื่อความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของการจัดงานประชุม/งานแสดงสินค้า ดังนี้

6.1 การสนับสนุน Logo กระทรวงสาธารณสุขในการจัดงาน Medical Fair Thailand 2015

จัดทำข้อมูลนำเรียนปลัดกระทรวงสาธารณสุขเพื่อพิจารณาเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์กระทรวงสาธารณสุข (Logo) ในการสนับสนุนการจัดงานดังกล่าว โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเสนอความเห็นว่าเป็นหน่วยงานที่สามารถอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ของกระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานสนับสนุนการจัดการประชุมได้ เนื่องจากงาน Medical Fair Thailand เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ด้านการเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) ในกิจกรรมการเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการและการจัดนิทรรศการทางการแพทย์ระดับนานาชาติ และกระทรวงสาธารณสุขได้ให้การสนับสนุนการจัดงานดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มจัดงานครั้งแรกในปีพ.ศ. 2546 ซึ่งงาน Medical Fair Thailand เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติด้านโรงพยาบาล การวินิจฉัยโรค เกษีชรกรรม การแพทย์และเวชศาสตร์ฟื้นฟู เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ มีกำหนดจัดเป็นประจำทุก 2 ปี โดยในปีพ.ศ. 2558 ถือเป็นงาน Medical Fair Thailand ครั้งที่ 7 จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 10-12 กันยายน 2558 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

6.2 การสนับสนุน Logo กรมสนับสนุนบริการสุขภาพในการจัดงาน ASEANbeauty 2016

จัดทำข้อมูลเสนออธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เพื่อพิจารณาเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์ (Logo) ในการสนับสนุนการจัดงานดังกล่าว โดยกองสุขภาพระหว่างประเทศ เสนอความเห็นว่าเป็นหน่วยงานที่สามารถอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเป็นหน่วยงานสนับสนุนการจัดการประชุมได้ เนื่องจากงาน ASEANbeauty เป็นงานแสดงสินค้าและสัมมนาเพื่อความงามระดับนานาชาติที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ด้านการเป็นศูนย์กลางบริการ

วิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) ในกิจกรรมการเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการและการจัดนิทรรศการทางการแพทย์ระดับนานาชาติ (Medical MICE) และด้านการเป็นศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) ในส่วนของเครื่องสำอาง รวมทั้งกรมสนับสนุนบริการสุขภาพได้ให้การสนับสนุนการจัดงานดังกล่าวในการจัดงานครั้งแรกในปีพ.ศ. 2558 และการจัดงานประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี โดยงาน ASEANbeauty 2015 จัดขึ้นครั้งแรก เมื่อวันที่ 8-10 เมษายน 2558 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการจัดงาน เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการส่งออกอุตสาหกรรมด้านความงามที่สำคัญของภูมิภาค และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้แสดงศักยภาพให้เป็นที่ประจักษ์ มีการแลกเปลี่ยนความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตที่ล้ำสมัยในอุตสาหกรรมด้านความงามอย่างครบวงจร ผู้เข้าชมงาน (Visitors) มาจากทั้งในประเทศและนานาชาติ จำนวน 4,813 คน จาก 25 ประเทศ และมีผู้แสดงสินค้า (Exhibitors) รวม 150 บริษัท จาก 10 ประเทศ และมีหอแสดงนิทรรศการ นานาชาติ (National Pavilion) จาก 4 ประเทศเข้าร่วมในงานดังกล่าว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี และไต้หวัน

7. ดำเนินการต่างๆ ตามที่ได้รับร้องขอ เช่น อำนวยความสะดวกแก่วิทยากรชาวต่างชาติ ณ ทำอาภาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ เป็นต้น