

# ทีเส็บชุกุลยุทธ์ “สร้าง-กระจาย-ยกระดับ” ผลักดัน อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ เร่งขับ เคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสู่ยุคเออีซี



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ เผยแผนดำเนินงานส่งเสริมและยกระดับงานแสดงสินค้าในประเทศปีงบประมาณ 2558 ชุกุลยุทธ์ “สร้าง-กระจาย-ยกระดับ” เร่งขับเคลื่อนภาคธุรกิจงานแสดงสินค้าให้เติบโตในอัตราก้าวกระโดด ตามยุทธศาสตร์ “Win” รักษาตลาดเดิม และขยายตลาดเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ “Develop” การสนับสนุนอุตสาหกรรม Domestic Exhibition ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาไมซ์ซีดีสู่ผู้นำในภูมิภาค และเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ เตรียมพร้อมสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐ-เอกชน สมาคม องค์กร และนิติบุคคลรุกตลาดการค้ายุคเออีซี ตอบรับนโยบายรัฐบาลในการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค



นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ทีเส็บ ให้เกียรติเป็นประธานใน Press Briefing โครงการ “ส่งเสริมและยกระดับงานแสดงสินค้าในประเทศ: Domestic Exhibition” ซึ่งจัดขึ้นที่ ห้องประชุม 1-2 ของสำนักงาน ทีเส็บ ในวันที่ โดยมี นายพรชระพี ชินะโชติ นายกสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) หรือ Thai Exhibition Association - TEA ร่วมแถลง

รองผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ทีเส็บ เปิดเผยว่า “การส่งเสริมและสนับสนุนงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ หรือ Exhibition เป็นหนึ่งในพันธกิจหลักของทีเส็บมาตั้งแต่แรกเริ่ม คือเป็นส่วนของตัว “E” ในความหมายของอุตสาหกรรม MICE ปัจจุบันประเทศไทยได้ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอันดับต้นๆ ของภูมิภาคเอเชีย โดยในปีงบประมาณ 2556 ไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์รวม 88,485 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนของงานแสดงสินค้า 13,750 ล้านบาท และนับเป็นการขยายตัวจากปีก่อนหน้าถึง 10.93 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ ด้วยนโยบายในการยกระดับไมซ์ไทยสู่ตลาดคุณภาพ ทำให้เป็นที่คาดการณ์ว่า รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสำหรับปี 2557 จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จำนวน 888,210 คน สร้างรายได้รวม 87,210 ล้านบาท ซึ่งเป็นตัวเลขการเติบโตที่ใกล้เคียงกับเป้าหมายในปี 2556”

นางศุภวรรณกล่าวต่อไปว่า มูลค่าตลาดไมซ์ในประเทศ (D-Mice) ปี 2556 อยู่ที่ 13,340 ล้านบาท และเป็นส่วนของงานแสดงสินค้าภายในประเทศอยู่ 5,940 ล้านบาท โดยที่เสีบได้ดำเนินกลยุทธ์ ‘สร้าง’ หรือ Invent การจัดงานแสดงสินค้าใหม่ๆ ที่ไม่เคยจัดมาก่อน รวมทั้ง ‘กระจาย’ หรือ Clone งานแสดงสินค้าในประเทศที่ได้รับความนิยมสำเร็จ กระจายไปจัดในภูมิภาค ตลอดจนการ ‘ยกระดับ’ หรือ Upgrade งานแสดงสินค้าที่มีการจัดอยู่แล้ว โดยการพัฒนาให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น

“สำหรับในปีงบประมาณ 2558 ซึ่งเริ่มขึ้นในเดือนตุลาคมนี้ เราได้เดินทางตามกลยุทธ์ ‘สร้าง-กระจาย-ยกระดับ’ งานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเปิดรับโอกาสจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยจะเน้นการ ‘สร้าง’ งานใหม่กับ ‘กระจาย’งานสู่ภูมิภาคและตะเข็บชายแดนที่สอดคล้องกับแผนอัดฉีดเศรษฐกิจของภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดน

ตัวอย่างงานแสดงสินค้าที่เสีบได้ให้สนับสนุนในปีงบประมาณใหม่นี้ ได้แก่ Food & Hotelex 2014 ซึ่งจัดโดย บริษัท เอ็กซ์โพลิงค์ฯ เมื่อวันที่ 2-5 ตุลาคม 2557 ที่ผ่านมาก็ เช่นทรลพลาซ่า ขอนแก่น ฮอลล์ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งนับเป็นการกระจายงาน (Clone) ที่มีลักษณะงานต่อยอดมาจากงาน Thaixex ส่วนโครงการใหม่ ได้แก่ งานแสดงสินค้าส่งเสริมการค้าข้ามแดนไทย-เมียนมาร์ (Thai-Myanmar Trade Fair 2014) จัดโดยหอการค้าไทย เป็นงานที่สร้างขึ้นใหม่ (Invent) ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 15-19 ตุลาคม 2557 ณ ศูนย์กลางแสดงสินค้าและศูนย์ประชุมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และที่โรงแรมเซนทาราแม่สอดฮิลล์ รีสอร์ท อ่าเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นการส่งเสริมและยกระดับ งานแสดงสินค้าในจังหวัดที่มีพรมแดนติดกับประเทศในกลุ่ม CLMV โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หอการค้าไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หอการค้าจังหวัด และสมาคมต่างๆ

“ในการส่งเสริมงานแสดงสินค้าในประเทศตามโครงการนี้ ที่เสีบได้จัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าประเภทยกระดับ (Upgrade) สูงสุดถึงงานละ 500,000 บาท และสูงสุดถึง1,000,000 บาท สำหรับงานประเภทสร้าง (Invent) หรือ กระจาย (Clone) โดยเพิ่มให้เป็นพิเศษจำนวน 100,000 และ 200,000 บาทตามลำดับ หากเลือกจัดใน ‘ไมซ์ซิตี้’ อันหมายถึงเมืองที่ที่เสีบได้เล็งเห็นถึงศักยภาพและความพร้อมในการให้บริการและได้มีการลงนามความร่วมมือส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ทั้งนี้ ไม่รวมการส่งเสริมในด้านอื่นๆ อาทิ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของที่เสีบ หรือการอำนวยความสะดวกในการประสานงานติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น” นางศุภวรรณกล่าว

ในโอกาสเดียวกัน นายพรธรรมพี ในฐานะตัวแทนภาคเอกชนเผยว่า “ที่ผ่านมาที่เสีบได้ส่งเสริมให้ผู้จัดแสดงสินค้าไทยและสมาคมฯ มีความสามารถในการตลาดเพิ่มมากขึ้นเป็นอย่างมาก ที่เสีบจัดสรรโครงการในการสร้างมาตรฐานในภาคงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ สร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ โดยให้มีความรู้ด้านการจัดแสดงสินค้าเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเพิ่มศักยภาพให้ผู้ประกอบการในการสานสัมพันธ์ใกล้ชิดกับองค์กรการจัดแสดงสินค้าระดับโลก อาทิ UFI หรือ Union des Foires Internationales ซึ่งเป็นสมาคมอุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้าโลก ส่งผลให้อัตราการเติบโตของงานแสดงสินค้าไทยเพิ่มปีละกว่า 20% ไม่เพียงแต่มีโชว์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น แต่ยังมีกรขยายพื้นที่โชว์ที่มีอยู่ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยมีแนวโน้มการเติบโตอย่างมีนัยและในอัตราที่ก้าวกระโดดในปีหน้านี้

“แน่นอนว่าการที่จะเสริมสร้างและพัฒนาประเทศในยุคต่อจากนี้ไป จะต้องมียุทธศาสตร์การจัดแสดงสินค้าเป็นหัวหอกและเป็น Flagship ในการเข้าไปพบปะและทำการค้าระหว่างผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแข่งขันกันในพื้นที่ใหม่ๆ ที่กำลังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ประเทศในกลุ่มเออีซี ตลอดจนกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง” นายพรธรรมพีเน้นย้ำพร้อมกล่าวทิ้งท้ายว่า ปัจจุบัน ประเทศไทยขึ้นแท่นเป็นเบอร์หนึ่งด้านธุรกิจการจัดแสดงสินค้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยไทยมีพื้นที่การจัดแสดงงานที่ใหญ่กว่าสิงคโปร์มากกว่า 100,000 ตารางเมตร อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าไทยสร้างรายได้เป็น 10% ของรายได้รวมการท่องเที่ยวของประเทศ สร้างรายได้ทางตรงให้กับสายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร หรือเอนเตอร์เทนเมนต์ ยังไม่นับรวมรายได้จาก Trade Impact หรือการเจรจาธุรกิจอีกจำนวนมหาศาล