

ทีเส็บเปิดแผนการตลาดธุรกิจ MI ปี'60 ปรับกลยุทธ์ เชิงลึกเจาะ 3 กลุ่มเป้าหมายหลัก พร้อมแนะแนว โน้มตลาดโลกต่อผู้ประกอบการผ่านงาน Industry Day 2016



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ เปิดแผนการตลาดธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลปี 2560 จัดเชิงกีเมนต์ใหม่เน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายหลัก เดินหน้ากลยุทธ์เชิงรุกหวังสร้างรายได้ไม่ซ้ำได้เพิ่มขึ้น ชูแคมเปญการตลาด Meet in Style, Meet in Thailand ดึงนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก พร้อมจัดงาน Industry Day 2016 แนะนำแนวโน้มตลาดโลกในปีหน้าต่อผู้ประกอบการไมซ์ไทย นายนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ เปิดเผยว่า “จากการศึกษาเรื่องผลกระทบเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย พบว่า มูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมดในระบบเศรษฐกิจจากการดำเนินกิจกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์ในปี 2558 คิดเป็นจำนวน 2.2 แสนล้านบาท อุตสาหกรรมไมซ์ยังส่งผลต่อการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจประมาณ 164,427 อัตรา และยังส่งผลประโยชน์เชิงปริมาณที่เกิดจากการสร้างเครือข่าย การสร้างตราสินค้าและการแบ่งปันทักษะระหว่างอุตสาหกรรม สำหรับอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือ MI นั้นพบว่า ในปี 2558 มีมูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมดในระบบเศรษฐกิจจากการดำเนินกิจกรรมของอุตสาหกรรม MI คิดเป็นจำนวน 1 แสนล้านบาท และยังส่งผลต่อการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจประมาณ 73,000 อัตรา นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงธุรกิจไมซ์ โดยเฉพาะในส่วนของ MI ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ

ด้านภาพรวมของธุรกิจไมซ์ ในช่วง 3 ไตรมาสของปีงบประมาณ 2559 ประเทศไทยมีโอกาสต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์รวม 750,742 คน สร้างรายได้ 60,593 ล้านบาท คิดเป็นนักเดินทางกลุ่ม MI จำนวน 393,859 คน สร้างรายได้ 29,664 ล้านบาท โดยมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากอินเดียเป็นอันดับหนึ่ง รองมา คือ จีน และสิงคโปร์ โดยตลาดหลักของธุรกิจ MI คือภูมิภาคเอเชีย ตลาดรอง คือ ยุโรป สหรัฐอเมริกา และโอเชียเนีย ส่วนกลุ่มตลาดใหม่ที่กำลังศึกษาข้อมูลและเริ่มสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย คือ ยุโรปตะวันออก กลุ่มประเทศ CIS (Commonwealth of Independent States) ทั้งนี้สำหรับภาพรวมแผนตลาด MI ในปี 2560 นั้น ทีเส็บกำหนดแผนตลาดธุรกิจ MI เน้นกลยุทธ์เชิงลึก แบ่งกลุ่มเป้าหมายใหม่ตามเชิงกีเมนต์หลักที่มีการใช้งบประมาณในการเดินทางและทำกิจกรรมต่อครั้งค่อนข้างสูง รวมทั้งกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายของแต่ละกลุ่ม และแนวทางการเจาะตลาดของกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้

ด้าน นางสาวนุช หอมรสสุคนธ์ ผู้อำนวยการ ฝ่ายการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่เสีบ กล่าวว่า “ในปี 2560 ตลาด MI มีการกำหนดเป้าหมายใหม่เป็น 3 กลุ่มหลักที่มีคุณภาพ ได้แก่ กลุ่มเมกะไซส์ ที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 2,000 รายขึ้นไป เน้น กลุ่มธุรกิจขายตรง/ ประกัน/ โทคมนาคม/ ไอที/ ยานยนต์ โดยเฉพาะประเทศจีน/ อินเดีย และกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก กลุ่มการจัดประชุมองค์กร โดยมีลักษณะเป็นการประชุมบอร์ด ประชุมประจำปี ประชุมระดับภูมิภาค ในธุรกิจ อาทิ การเงิน การธนาคาร/ ยานยนต์/ ไอที/ โทคมนาคม/ เกษษภณธ์ มุ่งเน้นที่ประเทศญี่ปุ่น/ สิงคโปร์/ มาเลเซีย/ สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย และ กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในระดับพรีเมียม ซึ่งเป็นกลุ่มขนาดเล็กแต่มีอัตราการใช้จ่ายต่อหัวสูง อาทิ ผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจขายตรง/ ไอที/ โทคมนาคม/ ยานยนต์ มุ่งเน้นที่ประเทศจีน/ สิงคโปร์/ สหรัฐอเมริกา/ ญี่ปุ่น/ อินเดีย/ ออสเตรเลีย และยุโรป”

ที่เสีบกำหนดแผนและแนวทางส่งเสริมการตลาดใน 5 รูปแบบหลัก เน้นทำงานร่วมกับภาคีพันธมิตร ขยายตลาดใหม่ และสร้างกิจกรรมที่หลากหลายให้แก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ ประกอบด้วย แนวทางแรก การเข้าร่วมงานเทรดโชว์ ครอบคลุมทุกภูมิภาค อาทิ งาน AIME 2017 / IMEX Frankfurt 2017 / IMEX America 2017 เป็นต้น แนวทางที่ 2 จัดกิจกรรมโรดโชว์ในตลาดเป้าหมาย อย่าง อินเดีย จีน ญี่ปุ่น แนวทางที่ 3 ตั้งเป้าหมายการขายในตลาดศักยภาพใหม่ อาทิ ตลาดพรีเมียม แนวทางที่ 4 จัดกิจกรรมเชิญกลุ่มลูกค้าองค์กร และตัวแทนการขาย ร่วมเสวนาในเวทีการแลกเปลี่ยนความรู้ รวมถึงสร้างโอกาสทางธุรกิจ และสัมผัสประสบการณ์ไมซ์ในประเทศไทย โดยมีโครงการ Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME) เป็นงานประจำปีที่มี 3 กิจกรรมภายในงาน คือ Knowledge Exchange / Business Exchange และ Experience Exchange และแนวทางที่ 5 การขยายตลาดผ่านตัวแทนในต่างประเทศ ซึ่งในปีหน้าได้ขยายไปสู่ยุโรปและออสเตรเลีย จากปัจจุบันที่มีในจีน อินเดีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ ส่วนในประเทศที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงอย่างจีน ก็มีการขยายกิจกรรมจากเมืองหลักอย่างปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และกวางโจว ออกสู่เมืองรอง ได้แก่ เซินเจิ้น ฉิงตู ฉงชิ่ง หังโจว ซูโจว และนานจิง

นางสาวนุช กล่าวต่อไปว่า “ในปีหน้า MI ยังได้พัฒนาแคมเปญส่งเสริมการตลาดใหม่อย่าง Meet in Style, Meet in Thailand โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มสินค้าและบริการหลักที่จะเสนอคือ “Meet at Delightful Destinations” นำเสนอจุดหมายปลายทางที่หลากหลายนอกเหนือจาก 5 เมืองไมซ์หลัก โดยนำเสนอเมืองที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์อื่นๆ อาทิ เชียงราย/ เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี/ กระบี่/ เขาใหญ่ นครราชสีมา/ หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์ “Meet at Breathtaking Venues” นำเสนอการจัดงานในสถานที่แปลกใหม่ ไม่จำเจ “Meet with Energy” ชูกิจกรรมการผจญภัย (Outdoor Adventures) รวมถึงกิจกรรมการสร้างทีมเวิร์ค (Treasured Team Building) “Meet the Sustainable Way” ยกกิจกรรม CSR และการจัดประชุมเชิงอนุรักษ์ (CSR and Green meetings) และ “Meet Around Great Flavours” การนำเสนออาหารไทยและความหลากหลายของวัฒนธรรมการทางอาหารในทุกกิจกรรม (Culinary Journeys)

ในส่วนของโปรโมชันส่งเสริมการขายมีการพัฒนาที่สอดคล้องกับทุกกลุ่มเป้าหมายของ MI โปรโมชันแรก “Meet Double Cities” สำหรับการเดินทางที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศอย่างน้อย 200 คน และมีการพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 4 คืน และมากกว่า 1 จุดหมายปลายทาง โดยที่เสีบจะให้การสนับสนุนงบประมาณ

เป็นจำนวนเงินสูงสุด 100,000 บาท เปิดรับสมัครแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2559 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2560 และต้องเดินทางในประเทศไทย ภายใน 31 ธันวาคม 2560 โปรโมชันที่ 2 “Meet Sustainable” สำหรับการเดินทางที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศอย่างน้อย 200 คน มีการพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน และมีกิจกรรม CSR ในกำหนดการจัดงาน หรือ จัดงานในสถานที่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน “Thailand MICE Venue Standard (TMVS)” โดยที่เส็บจะให้การสนับสนุนงบประมาณเป็นจำนวนเงินสูงสุด 100,000 บาท เปิดรับสมัครแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2559 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2560 และต้องเดินทางในประเทศไทยภายใน 31 ธันวาคม 2560 ในส่วนของโปรโมชันเพื่อส่งเสริมกลุ่มเมกกะไซด์ ที่เส็บยังคงสนับสนุนด้วยแคมเปญ “Thailand BIG Thanks!” สำหรับการเดินทาง ที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศอย่างน้อย 2,000 คน และมีการพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน โดยที่เส็บจะให้การสนับสนุนงบประมาณเป็นจำนวนเงินสูงสุด 2,000,000 บาท เปิดรับสมัครต่อเนื่องตั้งแต่ปีที่ผ่านมาจนถึงวันที่ 30 กันยายน 2560 และต้องมีการเดินทางในประเทศไทยภายใน 31 ธันวาคม 2560 นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนงานเมกกะอีเวนต์ที่จัดขึ้นในประเทศไทยด้วยการเป็นเจ้าภาพงาน IT&CMA การประชุมสิทธิการจัดงาน SITE Global Conference ด้วย

ด้านการจัดงาน “Industry Day 2016” ซึ่งเป็นงานใหญ่ประจำปีเพื่อเสริมศักยภาพให้ผู้ประกอบการไมซ์ โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในธุรกิจ MI นั้น ปีนี้กำหนดจัดขึ้นวันที่ 31 สิงหาคม 2559 ณ โรงแรม อวานี ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ภายใต้คอนเซปต์ “MI Dynamic : SHARE, CONNECT, DISCOVER” เพื่อให้ความรู้ด้านแนวโน้มทางการตลาดและการทำธุรกิจในต่างประเทศของธุรกิจ MI สำหรับหน่วยงานและองค์กรที่อยู่ในภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการตลาดและการดำเนินงานในอนาคต โดยมีรูปแบบการจัดงานทั้ง Panel Discussion เชิญวิทยากรให้ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ MI และ ช่วง Meet the Rep โดยผู้ประกอบการมีโอกาสได้พบปะตัวแทนการตลาดของทีเส็บจาก 5 ประเทศ ประกอบด้วย ประเทศอินเดีย จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงลึกกับตัวแทน เกี่ยวกับการเจาะตลาดและการประชุมสิทธิการจัดงานให้สำเร็จในแต่ละประเทศ

“จากข้อมูลของ 2016 GBTA Global BTI Outlook ที่สำรวจภาพรวมการเติบโตของประเทศต่างๆ ในโลกของการใช้งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2559-2563) คาดว่า ประเทศที่จะเติบโตสูงได้แก่ อินเดีย อินโดนีเซีย ตุรกี และจีน ส่วนประเทศที่เติบโตในระดับปานกลาง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และยุโรป ซึ่งข้อมูลจากการสำรวจภาพรวมนี้ทำให้เรามองเห็นโอกาสเติบโตของบางประเทศในเอเชีย ซึ่งถือเป็นตลาดหลักของประเทศ ไทย ทีเส็บและผู้ประกอบการจึงต้องร่วมกันปรับแผนการดำเนินงานให้พร้อมที่จะรองรับการเติบโตดังกล่าวนี้ โดยตั้งเป้าจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในปี 2560 ด้วยจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 1,109,000 คน สร้างรายได้ 101,000 ล้านบาท” นายนพรัตน์ กล่าวสรุป