



กรมศิลปากร  
ประเทศไทย



# MICE 2001

ชื่อ  
915-93021  
ปี  
2544  
ฉบับ  
1



เลข  
๑/๒๖๐๒  
๐๙  
๒๕๔

ห้องสมุดการท่องเที่ยว  
๓16945

รายงานการวิจัย  
การประชุม การท่องเที่ยว  
ประเทศไทย



## การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



รายงานการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล  
และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ  
ในประเทศไทย ปี 2544



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



บริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด

## คำนำ

การศึกษา “โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ในประเทศไทย ปี 2544” ในครั้งนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยกองการประชุมนานาชาติ ได้มอบหมายให้ บริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด (IP&C) เป็นผู้ศึกษา เพื่อนำผลการศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแผนการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทยของททท. รวมทั้งการใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนารุรกิจด้านการท่องเที่ยวของภาคเอกชนอีกด้วย

ในการศึกษาดังกล่าวบริษัทฯได้รับความช่วยเหลือโดยการบรรยายสรุป สัมภาษณ์ และเอื้อเฟื้อข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหลายหน่วยงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการโรงแรม ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า ได้แก่ บริษัท Professional Conference Organizer (PCOs), Professional Exhibition Organizer (PEOs), Destination Management Company (DMC) และองค์กรผู้จัด/ผู้ประสานงานการประชุมและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ รวมทั้งสมาคมที่เกี่ยวข้องทั้งสมาคมการแสดงสินค้า(ไทย) (TEA) สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA) สมาคมโรงแรมไทย (THA) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (TICA) และบริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน) บริษัทฯใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

บริษัทฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาตามโครงการของททท. ในครั้งนี้จะสามารถเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นโครงการที่สนับสนุนการพัฒนารุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศในเชิงบูรณาการ ซึ่งเป็นการสานประโยชน์และความสำเร็จในเป้าหมายร่วมกัน ทั้งในส่วนของภาครัฐที่มีบทบาทในการยกระดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศ และภาคเอกชนที่มีบทบาทในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง

บริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด

กันยายน 2545



08  
915.99821  
021  
2544

ห้องสมุดการท่องเที่ยวฯ

T16945

รายงานการสำรวจสถิติการจัด  
ประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็น

# สารบัญ

หน้า

คำนำ	
บทนำ	1.1
วัตถุประสงค์	1.2
ขอบเขตการศึกษา	1.2
วิธีการศึกษา	1.6
บทที่ 1	ธุรกิจ MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)..... 1
1.1	ความหมายของ MICE ..... 3
1.2	ภาวะอุตสาหกรรม MICE ในตลาดโลก..... 5
1.3	ภาวะอุตสาหกรรม MICE ในเอเชียแปซิฟิก..... 10
บทที่ 2	ธุรกิจ MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)ในประเทศไทย..... 15
2.1	ธุรกิจการประชุมนานาชาติในประเทศไทย (Meeting and Convention) ..... 15
2.2	ธุรกิจการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย (Exhibition) ..... 28
2.3	ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย (Incentive)..... 40
บทที่ 3	พฤติกรรมกรรมการจัดการประชุมนานาชาติของผู้จัดในประเทศไทย ..... 47
3.1	กลุ่มตัวอย่าง ..... 47
3.2	ความถี่ของการจัดประชุมนานาชาติ..... 48
3.3	พฤติกรรมกรรมการเลือกสถานที่จัดประชุมนานาชาติ ..... 49
3.4	พฤติกรรมกรรมการจัดการประชุมนานาชาติ..... 50
บทที่ 4	แนวโน้มธุรกิจ MICE ..... 51
4.1	แนวโน้มธุรกิจประชุมนานาชาติ ..... 52
4.2	แนวโน้มธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ..... 53
4.3	แนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ..... 54

<b>บทที่ 5</b>	<b>ข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>55</b>
5.1	ธุรกิจการประชุมนานาชาติ .....	55
5.2	ธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ .....	58
5.3	ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ .....	60

### ภาคผนวก

<b>ภาคผนวก 1</b>	สถิติการประชุมนานาชาติ ปี 2544 (Meeting and Convention) .....	ก - 1
<b>ภาคผนวก 2</b>	สถิติการแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2544 (Exhibition) .....	ข - 1
<b>ภาคผนวก 3</b>	สถิติการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ปี 2544 (Incentive Travel) .....	ค - 1
<b>ภาคผนวก 4</b>	แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว MICE ปี 2544 .....	ง - 1
<b>ภาคผนวก 5</b>	แสดงพฤติกรรมการจัดประชุมนานาชาติ ปี 2544 .....	จ - 1
<b>ภาคผนวก 6</b>	พื้นที่ประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย .....	ฉ - 1
<b>ภาคผนวก 7</b>	รายชื่อ โรงแรม, ศูนย์ประชุม, ศูนย์แสดงสินค้า, PCO, PEO, DMC และ องค์กร ผู้จัด/ประสานงานการประชุมนานาชาติที่ให้ข้อมูลใน ปี 2544 .....	ช - 1
<b>ภาคผนวก 8</b>	แบบสอบถามในการสำรวจผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว MICE .....	ซ - 1

## สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่ 1	เปรียบเทียบจำนวนครั้งของการประชุมนานาชาติจำแนกตามภาค ปี 2542-2544.....	16
แผนภาพที่ 2	เปรียบเทียบจำนวนผู้ร่วมประชุมชาวต่างประเทศในการประชุมนานาชาติ จำแนกตามภาค ปี 2542-2544.....	17
แผนภาพที่ 3	เปรียบเทียบผู้ร่วมประชุมชาวต่างประเทศ 5 อันดับแรก จำแนกตามถิ่นที่อยู่ในปี 2542-2544.....	18
แผนภาพที่ 4	เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวน International Convention แบ่งตาม ประเภทการประชุม ปี 2544.....	19
แผนภาพที่ 5	เปรียบเทียบสัดส่วนของผู้ร่วมประชุมชาวต่างประเทศในการประชุม International Convention แบ่งตาม ประเภทการประชุม ปี 2544.....	19
แผนภาพที่ 6	เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวน Association Meeting แบ่งตามประเภทของผู้ร่วมประชุมปี 2544.....	20
แผนภาพที่ 7	เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวน Government Meeting แบ่งตามประเภทของ Participant ปี 2544.....	20
แผนภาพที่ 8	เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวน Corporate Meeting แบ่งตามประเภทของ Participant ปี 2544.....	21
แผนภาพที่ 9	เปรียบเทียบจำนวนการประชุมนานาชาติจำแนกตามหัวข้อการประชุมนานาชาติ 4 ลำดับแรก ในปี 2542-2544.....	22
แผนภาพที่ 10	เปรียบเทียบการบริการ ในด้านการจัดประชุมของผู้ร่วมประชุมระหว่างประเทศไทย - อังกฤษ - สิงคโปร์ - มาเลเซีย - ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย.....	24
แผนภาพที่ 11	จำนวนการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ แบ่งตามประเภทการจัดงาน ปี 2542-2544.....	29
แผนภาพที่ 12	เปรียบเทียบการบริการ ในด้านการแสดงสินค้าของผู้ร่วมแสดงสินค้านระหว่างประเทศไทย - อังกฤษ - สิงคโปร์ - มาเลเซีย - ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย.....	31
แผนภาพที่ 13	เปรียบเทียบการบริการ ในด้านการแสดงสินค้าของผู้มาชมการแสดงสินค้านระหว่างประเทศไทย - อังกฤษ - สิงคโปร์ - มาเลเซีย - ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย.....	34
แผนภาพที่ 14	จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ จำแนกตามภาค ปี 2543-2544.....	41

ตารางภาคผนวกที่ 4.16	แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor) เปรียบเทียบการบริการ ในด้านการแสดงสินค้านี้ระหว่างประเทศไทยและฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซีย.....	ง - 8
ตารางภาคผนวกที่ 4.17	แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor) เปรียบเทียบการบริการ ในด้านอื่นๆ หลังการแสดงสินค้านี้ระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย.....	ง - 8
ตารางภาคผนวกที่ 4.18	แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor), ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) และผู้ร่วมประชุม (Participant) เปรียบเทียบการบริการในด้านการ แสดงสินค้าและการจัดการประชุม ระหว่างประเทศไทยและฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย.....	ง - 9
ตารางภาคผนวกที่ 4.19	แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor), ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) และผู้ร่วมประชุม (Participant) เปรียบเทียบการบริการในด้านอื่นๆ หลังการแสดงสินค้านี้ระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟี ลิปปีนส์ และอินโดนีเซีย.....	ง - 9
ตารางภาคผนวกที่ 4.20	แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวระหว่าง ผู้จัด บริษัทและนักท่องเที่ยว.....	ง -10
ตารางภาคผนวกที่ 4.21	แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนจำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยวและ ค่าใช้จ่าย.....	ง - 10
ตารางภาคผนวกที่ 4.22	แสดงร้อยละของผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor) ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) และผู้ร่วมประชุม (Participant) จำแนกตามสายการบินที่ใช้เดินทาง มาประเทศไทย.....	ง - 11

### สารบัญตารางภาคผนวก จ

ตารางภาคผนวกที่ 5.1	แสดงความถี่ในการจัดการประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของการ ประชุม.....	จ - 1
ตารางภาคผนวกที่ 5.2	แสดงความถี่ในการจัดการประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของผู้ร่วม ประชุม.....	จ - 1
ตารางภาคผนวกที่ 5.3	หลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่จัดประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของ งานประชุม.....	จ - 2

แผนภาพที่ 15	เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 5 อันดับแรก จำแนกตามถิ่นที่อยู่ในปี 2542-2544.....	43
แผนภาพที่ 16	เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 5 อันดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ ในปี 2543-2544 .....	44



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1	แสดงจำนวนครั้งของการจัดประชุมในทวีปต่างๆ ทั่วโลก ปี 2542-2544.....	5
ตารางที่ 1.2	จำนวนการจัดประชุมนานาชาติ (Association Meetings) ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก 25 อันดับแรกปี 2542-2544 .....	6
ตารางที่ 1.3	จำนวนการจัดประชุมนานาชาติ (Association Meetings) ในเมืองต่างๆ ทั่วโลก 30 อันดับแรกปี 2542-2544 .....	8
ตารางที่ 1.4	แสดงจำนวนการจัดประชุม จำแนกตามประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปี 2542 – 2544 .....	10
ตารางที่ 1.5	แสดงจำนวนการจัดประชุม จำแนกตามเมืองในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปี 2542 – 2544 .....	11
ตารางที่ 1.6	จำนวนองค์กรที่มีความพอใจต่อประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่จะใช้เป็นสถานที่จัดประชุมนานาชาติ (Corporate Meetings) 25 อันดับแรก ปี 2544 .....	12
ตารางที่ 1.7	แสดงการใช้จ่ายด้านรางวัลที่ไม่ใช่เงินสด (non-cash incentive) ต่อปีของบริษัท ในสหรัฐอเมริกา ในปี 2539-2543 .....	13
ตารางที่ 1.8	แสดงการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต่อปีของบริษัทในสหรัฐอเมริกา จำแนกตาม ประเภทของกลุ่มเป้าหมาย ในปี 2543 .....	14
ตารางที่ 2.1	แสดงจำนวนการจัดการประชุมนานาชาติในไทย จำแนกตามภูมิภาค ปี 2544.....	16
ตารางที่ 2.2	จำนวนครั้งการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามประเภทการประชุม ปี 2543 - 2544 .....	18
ตารางที่ 2.3	แสดงร้อยละของสายการบินที่ผู้ร่วมประชุม (Participant) ใช้เดินทางมาประเทศไทย .....	25
ตารางที่ 2.4	ตารางแสดงภาพรวมธุรกิจประชุมนานาชาติ ปี 2542-2544.....	27
ตารางที่ 2.5	แสดงร้อยละของสายการบินที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า (Exhibitors) และผู้เยี่ยมชมการ แสดงสินค้านานาชาติ (Visitors) ใช้เดินทางมาประเทศไทย .....	35
ตารางที่ 2.6	แสดงภาพรวมธุรกิจการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ในปี 2543-2544 .....	37
ตารางที่ 2.7	ค่าใช้จ่ายต่อบริษัทฯ ในการร่วมกิจกรรมการแสดงสินค้า จำแนกตาม ประเภทของค่าใช้จ่าย.....	38
ตารางที่ 2.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มและนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำแนกตามภูมิภาค .....	40

ตารางที่ 2.9	ตัวอย่างเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ .....	42
ตารางที่ 2.10	ตารางแสดงภาพรวมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในปี 2542-2544 .....	45
ตารางที่ 3.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของผู้จัดประชุม .....	47
ตารางที่ 3.2	แสดงความถี่ในการจัดงานประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของผู้จัดประชุม .....	48
ตารางที่ 3.3	หลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของผู้จัดประชุม .....	49
ตารางที่ 3.4	แสดงการเลือกใช้สถานที่ในการจัดประชุมนานาชาติของบริษัท / องค์กร จำแนกตามประเภทผู้จัดประชุม .....	49
ตารางที่ 3.5	แสดงวิธีการจัดการประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทผู้จัดประชุม .....	50
ตารางที่ 4.1	แสดงแนวโน้มธุรกิจการประชุมนานาชาติ (International Conventions / Meetings) ใน ประเทศไทย .....	51
ตารางที่ 4.2	แสดงแนวโน้มธุรกิจการจัดแสดงสินค้านานาชาติ (International Exhibitions) ใน ประเทศไทย .....	52
ตารางที่ 4.3	แสดงแนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ (International Incentive Travel) ใน ประเทศไทย .....	53

## สารบัญตารางภาคผนวก ก

หน้า

ตารางภาคผนวกที่ 1.1	จำนวนครั้งและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามจังหวัด ปี 2542-2544 .....	ก - 1
ตารางภาคผนวกที่ 1.2	จำนวนครั้งของการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามขนาดของการประชุมปี 2543-2544.....	ก - 2
ตารางภาคผนวกที่ 1.3	จำนวนครั้งการจัด และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมในประเทศไทย จำแนกตามประเภทการประชุม ปี 2542-2544 .....	ก - 3
ตารางภาคผนวกที่ 1.4	จำนวนครั้งการจัด และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม Association Meeting ในประเทศไทย จำแนกตามประเภทการประชุม ปี 2542-2544 .....	ก - 3
ตารางภาคผนวกที่ 1.5	จำนวนครั้งการจัด และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม Corporate Meeting ในประเทศไทย จำแนกตามประเภทการประชุม ปี 2542-2544 .....	ก - 4
ตารางภาคผนวกที่ 1.6	จำนวนครั้งการจัด และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม Government Meeting ในประเทศไทย จำแนกตามประเภทการประชุม ปี 2543-2544 .....	ก - 4
ตารางภาคผนวกที่ 1.7	จำนวนครั้งการจัด และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามประเภทของผู้ร่วมประชุม ปี 2544.....	ก - 5
ตารางภาคผนวกที่ 1.8	จำนวนครั้งของการประชุม และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามหัวข้อการประชุม ปี 2542-2544.....	ก - 6
ตารางภาคผนวกที่ 1.9	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามถิ่นที่อยู่ ปี 2539-2544 .....	ก - 7
ตารางภาคผนวกที่ 1.10	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามถิ่นที่อยู่และเดือนที่มาร่วมประชุม ปี 2544 .....	ก - 8
ตารางภาคผนวกที่ 1.11	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ของผู้ร่วมประชุมนานาชาติ (Participant) ปี พ.ศ. 2544.....	ก - 10
ตารางภาคผนวกที่ 1.12	แสดงรายชื่องานประชุมที่มีผู้ร่วมประชุมตั้งแต่ 1,000 คนขึ้นไป .....	ก - 11
ตารางภาคผนวกที่ 1.13	แสดงรายชื่องานประชุมที่มีผู้ร่วมประชุมตั้งแต่ 501 – 1,000 คน .....	ก - 11

## สารบัญตารางภาคผนวก ข

หน้า

ตารางภาคผนวกที่ 2.1	จำนวนงานแสดงสินค้านานาชาติ จำแนกตามระยะเวลาของงาน (Show day) ปี 2542-2544.....	ข - 1
ตารางภาคผนวกที่ 2.2	จำนวนงานแสดงสินค้าที่จัด จำแนกตามเดือนในปี 2542-2544 .....	ข - 2
ตารางภาคผนวกที่ 2.3	จำนวนงานแสดงสินค้านานาชาติ จำแนกตามหัวข้อของงาน ปี 2542-2544 .....	ข - 3
ตารางภาคผนวกที่ 2.4	จำนวนและสัดส่วนของงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะของงานแสดงสินค้า ในปี 2541-2544 .....	ข - 4
ตารางภาคผนวกที่ 2.5	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ของผู้ร่วมแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitor) และผู้ชมงานแสดงสินค้านานาชาติ (Visitor) ปี พ.ศ. 2544.....	ข - 5
ตารางภาคผนวกที่ 2.6	ค่าใช้จ่ายต่อบริษัทฯ ในการร่วมกิจกรรมการแสดงสินค้า จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่าย.....	ข - 6

## สารบัญตารางภาคผนวก ค

ตารางภาคผนวกที่ 3.1	จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจำแนกตามภูมิภาค ปี 2543 - 2544 .....	ค - 1
ตารางภาคผนวกที่ 3.2	จำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในประเทศไทยจำแนกตามขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยว ปี 2542 - 2544.....	ค - 2
ตารางภาคผนวกที่ 3.3	จำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำแนกตามระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลปี พ.ศ.2542 - 2544 .....	ค - 3
ตารางภาคผนวกที่ 3.4	จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปี 2541 - 2544.....	ค - 4
ตารางภาคผนวกที่ 3.5	จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำแนกตามประเภทธุรกิจ ปี 2541 - 2544.....	ค - 5
ตารางภาคผนวกที่ 3.6	ค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจำแนกตามเส้นทางการท่องเที่ยว ปี 2544 .....	ค - 6
ตารางภาคผนวกที่ 3.7	ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำแนกตามเส้นทางการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2544.....	ค - 6
ตารางภาคผนวกที่ 3.8	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรวมค่าใช้จ่ายส่วนตัว จำแนกตามเส้นทางการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2544 .....	ค - 7

## สารบัญตารางภาคผนวก ง

หน้า

ตารางภาคผนวกที่ 4.1	แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามเพศ .....	ง - 1
ตารางภาคผนวกที่ 4.2	แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ .....	ง - 1
ตารางภาคผนวกที่ 4.3	แสดงร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจให้มาร่วมงาน จำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว .....	ง - 1
ตารางภาคผนวกที่ 4.4	แสดงร้อยละของความพึงพอใจในการมาร่วมงานในประเทศไทยในฐานะสถานที่ที่จัดงาน .....	ง - 2
ตารางภาคผนวกที่ 4.5	แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวประเทศไทย .....	ง - 2
ตารางภาคผนวกที่ 4.6	แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามจำนวนผู้ติดตาม .....	ง - 2
ตารางภาคผนวกที่ 4.7	แสดงระยะเวลาวันหยุดเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว MICE และของผู้ติดตาม .....	ง - 3
ตารางภาคผนวกที่ 4.8	แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยที่มาร่วมงานประชุมและงานแสดงสินค้า .....	ง - 3
ตารางภาคผนวกที่ 4.9	แสดงค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง .....	ง - 4
ตารางภาคผนวกที่ 4.10	แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามกิจกรรมที่จะทำหลังการประชุมและ การแสดงสินค้า .....	ง - 5
ตารางภาคผนวกที่ 4.11	แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE ที่จะท่องเที่ยวหลังจากการประชุมและแสดงสินค้า จำแนกตามประเภทของการท่องเที่ยว .....	ง - 5
ตารางภาคผนวกที่ 4.12	แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมประชุม (Participant) เปรียบเทียบการบริการในด้านการประชุมระหว่าง ประเทศไทยกับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย .....	ง - 6
ตารางภาคผนวกที่ 4.13	แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมประชุม (Participant) เปรียบเทียบการบริการในด้านอื่นๆ หลังการประชุม ระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย .....	ง - 6
ตารางภาคผนวกที่ 4.14	แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) เปรียบเทียบการบริการในด้านการแสดงสินค้า ระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย .....	ง - 7
ตารางภาคผนวกที่ 4.15	แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) เปรียบเทียบการบริการในด้านอื่นๆ หลังการแสดงสินค้านี้ระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย .....	ง - 7

ตารางภาคผนวกที่ 5.4	หลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของผู้ร่วมประชุม .....	จ - 2
ตารางภาคผนวกที่ 5.5	แสดงการเลือกใช้สถานที่ในการจัดประชุมนานาชาติของ จำแนกตามประเภทของงานประชุม .....	จ - 3
ตารางภาคผนวกที่ 5.6	แสดงการเลือกใช้สถานที่ในการจัดประชุมของบริษัท / องค์กร จำแนกตามประเภทผู้ร่วมประชุม .....	จ - 3
ตารางภาคผนวกที่ 5.7	แสดงวิธีการจัดการประชุม จำแนกตามประเภทงานประชุม .....	จ - 4
ตารางภาคผนวกที่ 5.8	แสดงวิธีการจัดการประชุม จำแนกตามประเภทผู้ร่วมประชุม .....	จ - 4
ตารางภาคผนวกที่ 5.9	แสดงการสนับสนุนของบริษัท / องค์กร จำแนกตามประเภทของงานประชุม .....	จ - 5
ตารางภาคผนวกที่ 5.10	แสดงการสนับสนุนของบริษัท / องค์กร จำแนกตามประเภทผู้ร่วมประชุม .....	จ - 5
ตารางภาคผนวกที่ 5.11	แสดงค่าลงทะเบียนเฉลี่ย จำแนกตามประเภทงานประชุม .....	จ - 5
ตารางภาคผนวกที่ 5.12	แสดงค่าลงทะเบียนเฉลี่ย จำแนกตามประเภทผู้เข้าร่วมประชุม .....	จ - 5

### สารบัญตารางภาคผนวก จ

ตารางภาคผนวกที่ 6.1	พื้นที่ประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย .....	จ - 1
ตารางภาคผนวกที่ 6.2	แสดงโรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ .....	จ - 1
ตารางภาคผนวกที่ 6.3	แสดงศูนย์ประชุม และ โรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่ในพัทยา .....	จ - 2
ตารางภาคผนวกที่ 6.4	แสดงศูนย์ประชุม และ โรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่ในเชียงใหม่ .....	จ - 2
ตารางภาคผนวกที่ 6.6	แสดงโรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่ในภูเก็ต .....	จ - 2

### สารบัญตารางภาคผนวก ข

ตารางภาคผนวกที่ 7.1	แสดงรายชื่อโรงแรมที่ให้ข้อมูล จำแนกตามภูมิภาค .....	ข - 1
ตารางภาคผนวกที่ 7.2	แสดงรายชื่อศูนย์ประชุม / แสดงสินค้าที่ให้ข้อมูล .....	ข - 4
ตารางภาคผนวกที่ 7.3	แสดงรายชื่อบริษัทที่รับจัดการประชุม การแสดงสินค้า และการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลที่ให้ข้อมูล .....	ข - 4
ตารางภาคผนวกที่ 7.4	รายชื่อองค์กรผู้จัด / ผู้ประสานงานการประชุมนานาชาติ ที่ให้ข้อมูล .....	ข - 5

### • หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดมา อันเป็นผลมาจากประเทศไทยมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย ประกอบกับความก้าวหน้าทางการคมนาคม/การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศในปัจจุบันที่สะดวกรวดเร็ว ตลอดจนการขยายตัวของธุรกิจบริการต่างๆที่เกี่ยวข้องมากมาย ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการขยายตัวของกระแสการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ในปี 2543 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไทยกว่าสองแสนแปดหมื่นห้าพันล้านบาท ซึ่งในจำนวนนี้ประมาณหนึ่งหมื่นหกพันล้านบาทเป็นรายได้ที่มาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อร่วมประชุม เดินทางท่องเที่ยวจากการได้รับรางวัล และกลุ่มที่เดินทางมาร่วมการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ/นิทรรศการนานาชาติ หรือ ที่เรียกว่า MICE โดยในปี 2543 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอัตราการเพิ่มประมาณร้อยละ 28 จากปี 2542 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงพอสมควร หากต้องการส่งเสริมการตลาดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเหล่านี้หันมาเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จำเป็นต้องมีความพร้อมในเรื่องของสถานที่จัดประชุมสัมมนาที่มีความทันสมัย และมีระดับราคาเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นตัวแปรสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เดินทางมายังประเทศไทย สำหรับตัวแปรที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ ความสะดวกสบายของที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นอกจากนี้การปรับปรุงระเบียบพิธีการด้านกงสุล การเข้าเมืองและมาตรการด้านภาษีก็เป็นอีกตัวแปรที่มีส่วนในการสร้างโอกาสของการขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วย ซึ่งประเทศไทยได้มีความพร้อมในระดับหนึ่งแล้ว ทั้งนี้ การส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นอกจากต้องอาศัยข้อมูลทางการตลาดแล้วยังจำเป็นต้องนำข้อมูลสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วย เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการตลาดและกิจกรรมต่างๆ โดยข้อมูลสถิติที่นำมาใช้ต้องมีระบบการจัดเก็บที่ดี และมีประสิทธิภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยกองการประชุมนานาชาติ ได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ จึงได้จัดทำโครงการเพื่อดำเนินการสำรวจ/รวบรวมข้อมูลเชิงสถิติในเรื่องดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และได้ปรับปรุงเนื้อหาตลอดจนการนำเสนอข้อมูลมาโดยตลอด เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้งานในปัจจุบันและการวางแผนในอนาคต

## • วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเชิงสถิติเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทยเพื่อเป็นข้อมูลทางการตลาด
2. เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทยในระยะ 2 ปีข้างหน้า
3. เพื่อกำหนดแนวทางดำเนินการในด้านการตลาดและการวิจัยในเชิงลึกต่อไป

## • ขอบเขตการศึกษา

สำรวจและรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติ ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

### การประชุมนานาชาติ

การประชุมนานาชาติ International Convention จำแนกตามกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม คือ Association Meeting และ Corporate Meeting ซึ่งจำแนกตามที่มาของผู้เข้าร่วมประชุมเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 International Meeting

1.2 Regional Meeting

1.3 National Offshore Meeting

### การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ (International Incentive Travel)

### การจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ

การจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (International Trade Exhibition)



**พื้นที่ทำการศึกษา :** ศึกษากิจกรรมด้านการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการนานาชาติที่จัดขึ้นในพื้นที่ต่างๆ ดังนี้

พื้นที่ศึกษา	การประชุม	การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	การจัดงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ
<b>ภาคกลาง</b>			
กรุงเทพฯ และ*ปริมณฑล	X	X	X
อยุธยา	X	X	
เพชรบุรี (ชะอำ)	X	X	
ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน)	X	X	
กาญจนบุรี	X	X	
<b>ภาคตะวันออก</b>			
พัทยา	X	X	X
ชลบุรี	X	X	
ระยอง	X	X	
<b>ภาคเหนือ</b>			
เชียงใหม่	X	X	X
เชียงราย	X	X	
แม่ฮ่องสอน	X	X	
พิษณุโลก	X	X	
สุโขทัย	X	X	
<b>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</b>			
นครราชสีมา	X	X	X
ขอนแก่น	X	X	X
อุดรธานี	X	X	X
อุบลราชธานี	X	X	
<b>ภาคใต้</b>			
ภูเก็ต	X	X	X
กระบี่	X	X	
สงขลา (หาดใหญ่)	X	X	X
สุราษฎร์ธานี (สมุย)	X	X	

\* ปริมณฑล+ นครปฐม

- **สิ่งที่ต้องศึกษา**

การศึกษาจะครอบคลุมประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้

1. **นำเสนอข้อมูลทางสถิติที่แสดงถึงความเคลื่อนไหวและศักยภาพของตลาด MICE : (Meeting/ Incentive/ Convention/ Exhibition)**

- 1.1 **นำเสนอข้อมูลสถิติของการจัดประชุม ในปี 2544 :**

- 1.1.1. จำนวนครั้งของการจัดประชุม จำแนกตามประเภท และหัวข้อการประชุม
    - 1.1.2. จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม จำแนกตามถิ่นที่อยู่(รายเดือน) สาขาอาชีพ และหัวข้อการประชุม
    - 1.1.3. ระยะเวลาการจัดประชุม และระยะเวลาพักนักเฉลี่ยของผู้เข้าร่วมประชุม
    - 1.1.4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน ของผู้เข้าร่วมประชุม จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย
    - 1.1.5. ลักษณะรวมหน่วยของผู้เข้าร่วมประชุม (Profile)
    - 1.1.6. ประมาณการจำนวนผู้ติดตาม (Spouse) ระยะเวลาพักนักเฉลี่ยและค่าใช้จ่าย/วัน/คน
    - 1.1.7. รายชื่อหน่วยงาน และประเทศที่ตั้งของเจ้าภาพการจัดประชุม

- 1.2 **นำเสนอข้อมูลสถิติของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ ปี 2544 :**

- 1.2.1. จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำแนกตามถิ่นที่อยู่
    - 1.2.2. จุดหมายการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว)
    - 1.2.3. ระยะเวลาพักนักเฉลี่ย
    - 1.2.4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน
    - 1.2.5. ลักษณะรวมหน่วยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว โดยได้รับรางวัล
    - 1.2.6. จำนวนกลุ่ม และขนาดกลุ่มเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว โดยได้รับรางวัล
    - 1.2.7. รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่จัดบริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทาง โดยได้รับรางวัล
    - 1.2.8. แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป

- 1.3 **นำเสนอข้อมูลสถิติของการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ในปี 2544 :**

- 1.3.1. จำนวนครั้งของการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ จำแนกตามลักษณะงานประเภท ขนาดของงานและระยะเวลาการจัดงาน
    - 1.3.2. จำนวนผู้เข้าร่วมงาน (Exhibitor) ชาวไทย, ชาวต่างประเทศ
    - 1.3.3. จำนวนผู้เข้าชมงาน (Trade Visitor และ Visitor) ชาวไทย, ชาวต่างประเทศ
    - 1.3.4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (ผู้จัดและผู้เข้าร่วม/ชมงาน)
    - 1.3.5. ระยะเวลาพักนักเฉลี่ย

2. นำเสนอข้อมูลทางการตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนส่งเสริมการขายตัวของตลาด MICE ใน 2 นัย ดังนี้
  - 2.1 การส่งเสริมให้ประเทศต่างๆมีความสนใจประเทศไทยในฐานะสถานที่จัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ และเข้ามาจัดกิจกรรมในประเทศไทยเพิ่มขึ้น
  - 2.2 การสร้างโอกาสในการดึงดูดกลุ่มตลาด MICE กลับมาเยือนเมืองไทยซ้ำในฐานะนักท่องเที่ยว และกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายในเมืองไทยเพิ่มขึ้น
3. นำเสนอข้อมูลทางการตลาดที่จำเป็นและเกี่ยวเนื่องต่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศและการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ได้มาตรฐานระดับสากล ดังนี้
  - 3.1. ระดับความพร้อมของปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น สนามบิน กองตรวจคนเข้าเมือง สุตกากร มัคคุเทศก์ โรงแรมที่พัก การคมนาคมขนส่ง(ทั้งระดับต่างภูมิภาค/ระดับภายในภูมิภาคและระดับภายในประเทศ) ร้านอาหาร/ภัตตาคาร การบริการอื่นๆ (บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา/บริการด้านการสื่อสาร/โทรคมนาคม เป็นต้น) โดยทำการเปรียบเทียบระดับความพร้อมกับประเทศคู่แข่ง
  - 3.2. ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยมุ่งวิเคราะห์ปัญหาที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย
4. วิเคราะห์แนวโน้มของการจัดการประชุมนานาชาติ, การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทยในระยะ 2 ปีข้างหน้า รวมทั้งเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลก ว่ามีผลต่อการกิจกรรมด้าน MICE อย่างไร
- 5.สรุป/เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย

## • วิธีการศึกษา

การสำรวจสถิติการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ปี 2544 มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ คือ

### 1. การวิจัยเอกสาร (Desk Research)

ดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เบื้องต้นจากรายงานข้อมูลทางสถิติ บทความ และเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐบาล และเอกชน รวมถึงข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร Internet และข้อมูลอื่นๆ ที่จำเป็นทั้งในอดีต และปัจจุบัน ซึ่งรวบรวมได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทผู้ประกอบการ สมาคม และหน่วยงานอื่นๆ เพื่อนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ โดยมีแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

#### ภาครัฐ

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กองตรวจคนเข้าเมือง
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- กรมส่งเสริมการส่งออก
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- สถานทูต
- หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุม / การจัดงานแสดงสินค้า
- อื่นๆ

#### ภาคเอกชน

- สถานที่จัดประชุม / จัดแสดงสินค้า
- โรงแรม
- เจ้าภาพผู้จัดการประชุม
- ผู้ประกอบการ / บริษัทนำเที่ยวที่จัดบริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- บริษัทที่รับจัดนิทรรศการ / งานแสดงสินค้า (Exhibition Organizer)
- สมาคมโรงแรมไทย
- สมาคมการท่องเที่ยว
- สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (TICA)

- สมาคมการแสดงสินค้า(ไทย) (TEA)
- International Congress and Convention Association (ICCA)
- ศูนย์วิจัยธุรกิจของธนาคารหรือบริษัทเอกชนต่างๆ
- อื่นๆ

## 2. การสำรวจข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจภาคสนาม (Field Survey) ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face to Face Interview) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ใช้บริการแบ่งตามประเภทกิจกรรม ดังนี้

- กลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ (Convention)
- กลุ่มผู้เข้าร่วม / ชมการจัดงานแสดงสินค้า
  - บริษัทผู้เข้าร่วมงาน (Exhibition)
  - ผู้เข้าชมงาน (Visitor)
- กลุ่มนักท่องเที่ยวจากการได้รับรางวัล (Incentive Group)
- กลุ่มผู้จัดการประชุม (Host) หรือผู้ประสานงาน เช่น สมาคม องค์กร และสถาบันการศึกษา เป็นต้น

2.2 การสำรวจข้อมูลทางสถิติ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ดังนี้

- โรงแรม ศูนย์ประชุม ศูนย์การแสดงสินค้า (Venue)
- บริษัทให้บริการจัดการประชุม (PCOs)
- บริษัทให้บริการจัดการแสดงสินค้า (PEOs)
- บริษัทให้บริการจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder )
- บริษัทให้บริการจัดการตกแต่งสถานที่ (Contractor)
- บริษัทให้บริการจัดการเส้นทางท่องเที่ยว (DMCs)
- กลุ่มผู้เป็นเจ้าของภาพ (Host) หรือผู้ประสานงาน เช่น สมาคม องค์กร และสถาบันการศึกษา เป็นต้น

• เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้จัดทำแบบสอบถามให้เหมาะสมกับการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม ดังนี้

- แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ (International Convention)
- แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวจากการได้รับรางวัลจากต่างประเทศ (International Incentive Group)
- แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมการแสดงสินค้านานาชาติ (International Exhibitor)
- แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าชมแสดงสินค้านานาชาติ (International Visitor)
- แบบสอบถามสำหรับโรงแรม ศูนย์ประชุม ศูนย์การแสดงสินค้า (Venue)
- แบบสอบถามสำหรับบริษัทให้บริการจัดการประชุม (PCOs)
- แบบสอบถามสำหรับบริษัทให้บริการจัดการแสดงสินค้า (PEOs)
- แบบสอบถามสำหรับบริษัทให้บริการจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder )
- แบบสอบถามสำหรับบริษัทให้บริการจัดการตกแต่งสถานที่ (Contractor)
- แบบสอบถามสำหรับบริษัทให้บริการจัดการเส้นทางท่องเที่ยว (DMCs)
- แบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้เป็นเจ้าของ (Host) หรือผู้ประสานงาน เช่น สมาคม องค์กร และสถาบันการศึกษา เป็นต้น

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย จะใช้รูปแบบคำถาม ดังนี้

- คำถามแบบเลือกตอบหลายคำตอบ (Multiple Choice)
- คำถามแบบปลายเปิด (Open End)
- การวัดทัศนคติแบบกำหนดระดับ (Rating Scale) ของ Likert โดยกำหนดค่าซึ่งเป็นตัวเลขที่ใช้แทนคำตอบ ซึ่งแสดงระดับความคิดเห็นและความพึงพอใจในด้านต่างๆ โดยแบ่งออก เป็น 5 ระดับคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็นและพึงพอใจ	ค่าระดับความคิดเห็นและความพึงพอใจ
พึงพอใจอย่างมาก	5
พึงพอใจ	4
เฉยๆ (ไม่มีความเห็น)	3
พึงพอใจน้อย	2
ไม่พึงพอใจเลย	1

## • วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ส่วนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจะนำไปประกอบผลการวิเคราะห์ เพื่อใช้การวิจัยมีความถูกต้องเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

- การแจกแจงความถี่ (Frequency) : ในการศึกษาวิจัยนี้ ข้อมูลส่วนหนึ่งจะแสดงในรูปค่าความถี่ของจำนวนผลลัพธ์แต่ละประเภทต่อจำนวน 100 (เปอร์เซ็นต์) ซึ่งเป็นการประเมินผลลัพธ์ขั้นพื้นฐานที่ใช้กันทั่วไป เนื่องจากง่ายต่อการเข้าใจ
- การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation / Standard Error) : ค่าเฉลี่ยหรือค่ากลางถือเป็นตัวแทนของผลลัพธ์ที่ใกล้เคียง หรือต่างไปจากผลลัพธ์ที่แท้จริงทั้งหมดคณ้อยที่สุด ในการแสดงค่าเฉลี่ยนี้จะบอกค่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไว้ด้วย เพื่อเป็นเครื่องบอกการกระจายของข้อมูลที่แท้จริง
- การใช้ Trend Analysis : เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในระยะ 3 ปีข้างหน้า (ปี 2545-2547) โดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญถึงการคาดคะเนแนวโน้มอัตราการขยายตัวของตลาด MICE ในอนาคต
- การวิเคราะห์โดยใช้หลัก SWOT Analysis พิจารณาถึงปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ของสถานที่จัดประชุม จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และจัดงานแสดงสินค้าแต่ละแห่ง โดยเปรียบเทียบ ตลอดจนพิจารณาถึงปัจจัยภายนอกที่ก่อให้เกิดโอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ต่อประเทศไทยในการเป็นศูนย์จัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ
- การแสดงผล (Output) จะนำเสนอโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงบรรยาย ประกอบผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามหลักวิชาการ โดยแสดงในรูปตาราง กราฟ แผนภาพ แผนภูมิ การแจกแจงความถี่ ความสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายและทัศนคติ รวมทั้งข้อเสนอแนะที่ได้จากการสำรวจและวิจัย

## ธุรกิจ MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)

### ในตลาดโลก

ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า / นิทรรศการนานาชาติ (MICE) เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยวที่สามารถนำรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก และยังกระจายรายได้ที่เกิดขึ้นไปยังภาคธุรกิจต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางทั้งกิจการที่อยู่ในธุรกิจนำเที่ยวโดยตรง เช่น โรงแรม ธุรกิจให้บริการด้านการออกแบบและตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้า ธุรกิจที่พักอาศัยตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้านอาหาร และธุรกิจขายของที่ระลึก ตลอดจนกิจการที่ต่อเนื่อง เช่น การขนส่ง การสื่อสาร และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจทางอ้อมอีกด้วยคือ การจ้างงาน การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มคนในอาชีพเดียวกัน ทำให้บุคลากรของประเทศได้รับการพัฒนาอีกด้วย

นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE นี้คิดเป็นร้อยละ 3 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยตลอดปี โดยสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็น 3 กลุ่มดังนี้

#### กลุ่มผู้จัดการประชุม (Organizer) และผู้มาร่วมประชุม (Participant)

ผู้จัดการประชุม (Organizer) และผู้มาร่วมประชุม (Participant) ที่มาจากต่างประเทศ มีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการด้านสถานที่จัดประชุม อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องมืออุปกรณ์ในการจัดประชุม และการจัดการงานประชุมอย่างมืออาชีพ ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้ร่วมประชุมได้มีโอกาสในการรับข้อมูล วิทยาการหรือองค์ความรู้ใหม่ๆจากการประชุมอย่างเต็มที่ รวมทั้งได้มีโอกาสใช้เวลาว่างในการจัดการธุรกิจอีกด้วย

#### กลุ่มผู้ร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor)และผู้เยี่ยมชมการแสดงสินค้า (Visitor)

ผู้ร่วมแสดงสินค้าจากต่างประเทศมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการระดับมืออาชีพ ในการอำนวยความสะดวก ทั้งด้านพื้นที่แสดงสินค้า ด้านการรับ-ส่งสินค้า ด้านพิธีการศุลกากร และสิ่งอำนวยความสะดวกในการร่วมแสดงสินค้า นอกจากการให้บริการในด้านต่างๆแล้ว สิ่งสำคัญที่สุดของการแสดงสินค้า คือ ธุรกิจต่อเนื่องจากการแสดงสินค้า ซึ่งสืบเนื่องมาจากการเข้าเยี่ยมชมของกลุ่มเป้าหมายตามที่คาดหวังไว้

ส่วนผู้เยี่ยมชมการแสดงสินค้า(Visitor) มีความคาดหวังในการมาชมการแสดงสินค้า ในสาขาที่ตนต้องการที่มีความหลากหลายของสินค้าและมีการแสดงสินค้าครบถ้วนตามข้อมูลที่ตนได้รับรู้



กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Traveler)

ผู้ให้รางวัล(Sponsor) และผู้ได้รับรางวัลมาท่องเที่ยว(Incentive Traveler) นั้นมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการแบบพิเศษ ซึ่งประกอบด้วยความสะดวกสบาย และสนุกสนานตลอดการท่องเที่ยว และกลับไปพร้อมกับความประทับใจสูงสุด บริษัทจัดการการท่องเที่ยวแบบนี้ (DMC : Destination Management Company) จะต้องสรรหาความบันเทิงรูปแบบใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแต่ละกลุ่ม ทั้งระหว่างการเดินทางและในช่วงของการจัดงานเลี้ยง ซึ่งมักต้องการความสมบูรณ์แบบ และความเป็นมืออาชีพจากโรงแรม ด้วยเช่นกัน

The World Travel & Tourism Council (WTTC) ประเมินการไว้ว่า ในจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากธุรกิจ MICE ในสัดส่วนประมาณร้อยละ1-51 แม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE จะมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อยแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญไม่น้อยและจะทวีความสำคัญต่อธุรกิจท่องเที่ยวของไทยมากยิ่งขึ้น เนื่องจากประการแรกรายได้ต่อหัวที่เกิดจากนักท่องเที่ยวจากธุรกิจ MICE สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณ 3 เท่าสำหรับประเทศไทย และสูงกว่า 10 เท่าสำหรับประเทศทางยุโรป และอเมริกา ประการที่สองประเทศไทยได้พัฒนาคุณภาพของการให้บริการด้านการประชุม การแสดงสินค้าและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลขึ้นมาก และพร้อมที่จะรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

---

<sup>1</sup> ประเมิน โดย The World Travel & Tourism Council (WTTC)

## 1.1 ความหมายของ MICE

MICE : ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive Travel, Convention and Exhibition) ประกอบด้วยธุรกิจหลัก 4 กลุ่ม ที่มีทั้งความต่อเนื่องเชื่อมโยงกันและกัน แต่ยังมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังนี้

### ● M = Meeting

หมายถึงการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร โดยการประชุมมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าแล้ว สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท<sup>2</sup> คือ

- Association Meeting : เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลของกลุ่มบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปจะมีการประชุม 4-5 วันและมีการจัดสัมมนากลุ่มย่อย
  - : ใช้เวลาเตรียมงานอย่างน้อย 1 ปี
- Corporate Meeting : เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรเดียวกันหรือเครือเดียวกัน ซึ่งอาจมาจากหลายๆ ประเทศทั่วโลก
  - : เป็นการจัดโดยบริษัททำให้สามารถเลือกสถานที่จัดได้โดยไม่ต้องสอบถามจากสมาชิก และไม่ต้องมีการประชาสัมพันธ์มาก เนื่องจากเป็นการประชุมของบริษัทเท่านั้น
  - : ใช้เวลาในการเตรียมงานน้อยกว่า Association Meeting คือใช้นาน้อยกว่า 1 ปี และมีขนาดงานเล็กกว่า Association Meeting
- Government Meeting : เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคล หรือ ผู้แทนจากหน่วยงานราชการ ซึ่งอาจมาจากหลายๆ ประเทศทั่วโลก
  - : เป็นการจัดโดยหน่วยงานราชการซึ่งสามารถเลือกสถานที่จัดได้โดยไม่ต้องสอบถามจากสมาชิก

### ● I= Incentive Travel

หมายถึง การจูงใจให้เที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว<sup>3</sup>

<sup>2</sup> นิยามของ Association Meeting และ Corporate Meeting นิยามโดย Asian Association Convention and Visitor Bureaus : AACVB

<sup>3</sup> การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอาจแอบแฝงมาในลักษณะของการจัด Corporate Meeting ซึ่งจะมีกับประเทศลูกค้าที่เข้มงวดในการเก็บภาษีรายได้ เช่น ประเทศในแถบยุโรป ซึ่งหากระบุว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแล้ว ผู้ได้รับรางวัลจะถูกประเมินภาษีทันที ดังนั้นบริษัทผู้ให้รางวัลจึงจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลดังกล่าวมาในรูปของการประชุมที่เน้นการท่องเที่ยวมากกว่าการประชุม

โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ปี 2544

- **C= Convention**

หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสาขาอาชีพเดียวกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยทั่วไปงานเหล่านี้ต้องใช้เวลาเตรียมการไม่น้อยกว่า 2 ปีและส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโดยสมาคมระดับนานาชาติ ซึ่งรูปแบบการจัดแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

- การจัดประชุมแบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิก : โดยมากใช้วิธีการเวียนตามตัวอักษรและตามภูมิภาค
- การประมูลเพื่อเป็นประเทศเจ้าภาพในการจัดงาน : ประเทศสมาชิกที่ต้องการเป็นเจ้าภาพจะจัดส่งตัวแทนของสมาคมเข้าร่วมประมูล ซึ่งในกรณีของการประมูลนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน เนื่องจากมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงและระยะเวลาเตรียมงานนาน

- **E= Exhibition**

หมายถึง งานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรวมทั้งเปิดให้ผู้เข้าชมทั่วไปได้เข้าร่วมงานด้วย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

- Trade Show : เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ
- Consumer Show : เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภค

ในงานแสดงสินค้าอาจมีการประชุมในหัวข้อเดียวกัน หรือเกี่ยวข้องกับหัวข้อการแสดงผลสินค้า

## 1.2 ภาวะอุตสาหกรรม MICE ในตลาดโลก

### • ธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Association Meetings) ในตลาดโลก

จากการสำรวจของ International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่าความนิยมต่อจุดหมายในการจัดประชุม Association Meetings ในตลาดโลกจำแนกตามทวีปต่างในปี 2544 มีดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนครั้งของการจัดประชุมในทวีปต่างๆ ทั่วโลก ปี 2542-2544

หน่วย : จำนวนครั้ง

ทวีป	2542		2543		2544	
	(ครั้ง)	ส่วนแบ่ง (%)	(ครั้ง)	ส่วนแบ่ง (%)	(ครั้ง)	ส่วนแบ่ง (%)
ยุโรป	1,882	60%	1,854	59%	1,540	58%
เอเชีย	520	16%	463	15%	471	18%
อเมริกาเหนือ	360	11%	363	12%	262	10%
ลาตินอเมริกา	178	6%	208	7%	177	7%
ออสเตรเลีย / แปซิฟิก	127	4%	179	6%	149	6%
แอฟริกา	87	3%	84	3%	67	3%
<b>รวม</b>	<b>3,154</b>	<b>100</b>	<b>3,151</b>	<b>100</b>	<b>2,666</b>	<b>100</b>

ที่มา : International Congress and Convention Association (ICCA), Data, June 2002.<sup>4</sup>

จากตารางที่ 1.1 ที่แสดงจำนวนครั้งของการประชุมนานาชาติ (International Meeting/ Convention) ที่จัดขึ้นในภูมิภาคต่างๆ พบว่าส่วนแบ่งตลาดของทวีปต่างๆ มีสัดส่วนในทิศทางเดียวกันทุกปี ดังจะเห็นได้ในปี 2542-2544 พบว่ายุโรปเป็นภูมิภาคที่ได้ส่วนแบ่งตลาดในกิจการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุดโดยในปี 2544 ยุโรปมีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับ 1 กล่าวคือมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 58 ลำดับที่ 2 คือ เอเชีย มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 18 ส่วนลำดับที่ 3 คือ อเมริกาเหนือมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10 และลำดับที่ 4, 5 และ 6 คือลาตินอเมริกา ออสเตรเลีย และแอฟริกาตามลำดับ อย่างไรก็ตามส่วนแบ่งตลาดที่ยุโรปครองอยู่กว่าร้อยละ 50 นั้น จะเห็นว่าได้มีการเคลื่อนย้ายมาที่เอเชียและแปซิฟิกทุกปี

เมื่อมาพิจารณาความนิยมในการจัดประชุมนานาชาติที่มีต่อประเทศต่างๆในโลก พบว่าความนิยมต่อจุดหมายในการจัดประชุม Association Meetings ในประเทศต่างๆ ในโลกในปี 2544 มีดังนี้

<sup>4</sup> การจัดเก็บสถิติของ ICCA จะนับเฉพาะการประชุมที่มีผู้ร่วมประชุม มากกว่า 50 คน ที่มีการจัดประชุมต่อเนื่องและต้องจัดหมุนเวียนมาแล้วอย่างน้อย 3 ประเทศ

ตารางที่ 1.2 จำนวนการจัดประชุมนานาชาติ (Association Meetings) ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก 25 อันดับแรกปี 2542-2544

หน่วย : จำนวนครั้ง

อันดับ	ประเทศ	2542	2543	2544	%
1.	U.S.A	① 265	① 262	185	6.94%
2.	United Kingdom	② 179	② 209	139	5.21%
3.	Germany	③ 176	③ 187	138	5.18%
3.	Japan	104	111	138	5.18%
5.	Australia	114	④ 162	129	4.84%
6.	Italy	141	136	129	4.84%
6.	Spain	④ 169	154	128	4.80%
8.	France	⑤ 157	⑤ 161	113	4.24%
9.	Finland	107	89	101	3.79%
10.	Denmark	75	59	83	3.11%
11.	Austria	80	79	78	2.93%
12.	Netherlands	113	132	77	2.89%
13.	Canada	95	101	76	2.85%
14.	Republic of Korea	52	28	73	2.74%
15.	Brazil	76	89	63	2.36%
16.	Portugal	45	46	59	2.21%
17.	Switzerland	62	68	51	1.91%
18.	Norway	67	74	49	1.84%
19.	Sweden	79	85	48	1.80%
20.	Greece	52	37	45	1.69%
20.	Poland	28	40	45	1.69%
22.	South Africa	51	49	42	1.58%
23.	Belgium	61	59	40	1.50%
23.	Czech Republic	45	30	40	1.50%
25.	Singapore	48	45	39	1.46%
33	Thailand	②⑦ 43	②③ 42	③③ 25	0.94%
	Other	608	570	463	17.37%
	<b>Total</b>	<b>3,154</b>	<b>3,151</b>	<b>2,666</b>	<b>100.00%</b>

ที่มา : International Congress and Convention Association (ICCA), www.icca.nl

จากตารางที่ 1.2 ที่แสดงจำนวนครั้งของการประชุม Association Meetings ที่จัดขึ้นในประเทศต่างๆ ในปี 2542-2544 พบว่าตลอด 3 ปี ที่ผ่านมามีสหรัฐอเมริกา และเยอรมันเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมในการจัดประชุม Association Meetings 3 อันดับแรก โดยที่ในปี 2544 ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการ

จัดการประชุม Association Meetings มากที่สุดเป็นอันดับ 1 กล่าวคือมีการจัดประชุมถึง 185 ครั้ง อันดับ  
ที่ 2 คือ อังกฤษมีการจัดประชุม 139 ครั้ง ส่วนอันดับที่ 3 คือ เยอรมันนีและญี่ปุ่น ที่มีการจัดประชุม 138  
ครั้งเท่ากัน และออสเตรเลียได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 5 ที่มีการจัดประชุม 129 ครั้ง

พบว่าแม้ทั้ง 3 ประเทศดังกล่าวจะเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมสูงสุดต่อเนื่องมาตลอด 3 ปี แต่  
จะพบว่าจำนวนการจัดประชุมในแต่ละปีนั้นลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากการเปิดจุดหมายใหม่ๆ  
(New Destination) และจุดหมายแต่ละแห่ง มีความพยายามที่จะพัฒนาทั้งบุคลากร และปัจจัยพื้นฐานที่  
จำเป็นต่อการจัดประชุมกันอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ทำให้การจัดประชุมที่มีขึ้นทั่วโลกนั้นได้กระจายไปยัง  
จุดหมายใหม่ๆดังกล่าวมากขึ้น รวมทั้งจำนวนของการประชุมทั่วโลกยังมีแนวโน้มลดลงทุกปี ซึ่งมีผล  
ทำให้จุดหมายที่ได้รับความนิยมสูงและเคยรองรับการประชุม Association Meetings มากกว่า 200 ครั้ง  
ต่อปี มีจำนวนการจัดประชุมลดลงเหลือไม่ถึง 200 ครั้งต่อปี

สำหรับกลุ่มประเทศในเอเชียที่ได้รับความนิยมคิดอันดับ 25 ประเทศในปี 2544 นั้น คือ ญี่ปุ่น  
(อันดับที่ 3 ) เกาหลีใต้ (อันดับที่ 14) และสิงคโปร์ (อันดับที่ 25) จะพบว่าเกาหลีใต้เป็นจุดหมายที่มี  
ความนิยมที่ผกผันมาก โดยในปี 2542 มีการจัดประชุม Association Meetings ถึง 52 ครั้ง และลดลงเหลือ  
28 ครั้งในปี 2543 และกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในปี 2544 โดยมีการจัดประชุม Association  
Meetings ถึง 73 ครั้ง สำหรับประเทศไทยในปี 2543 ได้รับความนิยมในอันดับที่ 23 และลดลงเป็น  
อันดับที่ 33 ในปี 2544

เมื่อมาพิจารณาความนิยมในการจัดประชุมนานาชาติที่มีต่อเมืองต่างๆในโลก จากการสำรวจของ  
International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่าความนิยมต่อจุดหมายในการจัด  
ประชุม Association Meetings ในเมืองต่างๆ ในโลกในปี 2544 มีดังนี้

ตารางที่ 1.3 จำนวนการจัดประชุมนานาชาติ (Association Meetings) ในเมืองต่างๆ ทั่วโลก 30 อันดับแรกปี 2542-2544

อันดับ	เมือง	2542 (ครั้ง)	2543(ครั้ง)	2544 (ครั้ง)	%
1	Copenhagen	② 55	40	① 70	2.63%
2	Vienna	① 63	④ 53	② 57	2.14%
<b>3</b>	<b>Seoul</b>	<b>43</b>	<b>17</b>	<b>③ 51</b>	<b>1.91%</b>
4	Helsinki	④ 48	42	④ 48	1.80%
5	Barcelona	44	43	⑤ 45	1.69%
6	London	36	② 59	42	1.58%
7	Paris	41	① 60	42	1.58%
8	Sydney, NSW	45	⑤ 52	41	1.54%
9	Rio De Janeiro	37	50	38	1.43%
<b>10</b>	<b>Singapore</b>	<b>④ 48</b>	<b>44</b>	<b>38</b>	<b>1.43%</b>
11	Madrid	③ 50	③ 55	36	1.35%
12	Berlin	④ 48	44	34	1.28%
13	Lisbon	24	28	34	1.28%
14	Prague	42	26	32	1.20%
15	Edinburgh	36	42	30	1.13%
16	Melbourne, VIC	28	35	29	1.09%
17	Rome	30	23	29	1.09%
18	Budapest	48	40	28	1.05%
19	Dublin	23	20	28	1.05%
<b>20</b>	<b>Taipei</b>	<b>25</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>1.05%</b>
21	Munich	25	22	27	1.01%
22	Amsterdam	44	47	26	0.98%
<b>23</b>	<b>Kuala Lumpur</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>25</b>	<b>0.94%</b>
24	Glasgow	15	22	23	0.86%
<b>25</b>	<b>Beijing</b>	<b>21</b>	<b>28</b>	<b>22</b>	<b>0.83%</b>
26	Stockholm	42	47	22	0.83%
	Tokyo	20	16	22	0.83%
28	Brisbane	12	14	21	0.79%
	Istanbul	23	17	21	0.79%
<b>30</b>	<b>Bangkok</b>	<b>⑱ 28</b>	<b>⑳ 25</b>	<b>⑳ 20</b>	<b>0.75%</b>
	Other	2,091	2,107	1,657	62.15%
	<b>Total</b>	<b>3,154</b>	<b>3,151</b>	<b>2,666</b>	<b>100.00%</b>

ที่มา : International Congress and Convention Association (ICCA), data, June 2002

หมายเหตุ : ① = อันดับความนิยม

จากตารางที่ 1.3 พบว่าโคเปนเฮเกน และเวียนนาได้รับความนิยมนอยู่ในอันดับที่ 1-3 ตลอด 3 ปีที่ผ่านมา โดยที่เมืองโซลได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 3 ในปี 2544 ทั้งนี้เมืองในเอเชียที่ได้รับความนิยมในการใช้เป็นสถานที่จัดประชุม Association Meetings ติดอันดับ 30 เมื่อนั้น คือ สิงคโปร์ ไทเป ภัวลา ลัมเปอร์ ปักกิ่ง และกรุงเทพ



### 1.3 ภาพอุตสาหกรรม MICE ในเอเชียแปซิฟิก

จากสถิติของ ICCA พบว่าประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ ออสเตรเลีย ส่วนประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 8 ของภูมิภาค ทั้งนี้พบว่าการจัดประชุมนานาชาติในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศไทยมีลำดับความนิยมที่ผันผวน กล่าวคือ ในปี 2542 ประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นลำดับ 6 และลำดับ 5 ในปี 2543 และได้รับความนิยมลดลงเป็นลำดับที่ 8 ในปี 2544 ดังตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 แสดงจำนวนการจัดประชุม จำแนกตามประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปี 2542 – 2544

อันดับ	ประเทศ	2542	2543	2544	%Share
1	Japan	② 104	② 111	① 138	22.26%
2	Australia	① 114	① 162	② 129	20.81%
3	Republic of Korea	③ 52	28	③ 73	11.77%
4	Singapore	④ 48	③ 45	④ 39	6.29%
5	Malaysia	24	22	⑤ 35	5.65%
6	China	39	④ 44	32	5.16%
7	China-Taipei	34	23	30	4.84%
<b>8</b>	<b>Thai</b>	<b>⑥ 43</b>	<b>⑤ 42</b>	<b>⑧ 25</b>	<b>4.03%</b>
9	Hong Kong	35	35	20	3.23%
10	India	29	13	20	3.23%
11	New Zealand	12	13	19	3.06%
12	Israel	45	34	18	2.90%
13	Philippines	24	23	15	2.42%
14	Indonesia	11	11	6	0.97%
	Other	33	36	21	3.39%
	<b>Total</b>	<b>647</b>	<b>642</b>	<b>620</b>	<b>100.00%</b>

ที่มา : International Congress and Convention Association (ICCA), Data, June 2002

หมายเหตุ : ① = ลำดับความนิยม

เมื่อพิจารณาเมืองในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ได้รับความนิยมในการจัดประชุมนานาชาติแล้ว จะพบว่าในปี 2544 กรุงโซลเป็นจุดหมายที่ได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมาคือซิดนีย์และสิงคโปร์ สำหรับกรุงเทพในปี 2542 ได้รับความนิยมเป็นลำดับ 5 และเปลี่ยนเป็นลำดับ 6 ในปี 2543 และเป็นลำดับ 10 ในปี 2544 ของเมืองทั้งหมดในเอเชียแปซิฟิก ดังตารางที่ 1.5

ตารางที่ 1.5 แสดงจำนวนการจัดประชุม จำแนกตามเมืองในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปี 2542 – 2544

อันดับ	ประเทศ	2542	2543	2544	% Share
1	Seoul	③ 43	17	① 51	8.23%
2	Sydney	② 45	① 52	② 41	6.61%
3	Singapore	① 48	② 44	③ 38	6.13%
4	Melbourne	⑤ 28	③ 35	④ 29	4.68%
5	Taipei	25	18	⑤ 28	4.52%
6	Kuala Lumpur	19	15	25	4.03%
7	Beijing	21	⑤ 28	22	3.55%
	Tokyo	20	16	22	3.55%
9	Brisbane	12	14	21	3.39%
10	<b>Bangkok</b>	⑤ 28	⑥ 25	⑩ 20	<b>3.23%</b>
	Hong Kong	④ 34	③ 35	20	3.23%
12	Adelaide	8	20	15	2.42%
13	Manila	19	19	14	2.26%
14	Kyoto	10	13	11	1.77%
	Osaka	6	7	11	1.77%
	Other	281	284	252	40.65%
	<b>Total</b>	<b>647</b>	<b>642</b>	<b>620</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : International Congress and Convention Association (ICCA), Data, June 2002

หมายเหตุ : ① = ลำดับความนิยม

• ธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Corporate Meetings) ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

จากการสำรวจของ International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่าความนิยมต่อจุดหมายในการจัดประชุม Corporate Meetings ในเมืองต่างๆ ทั่วโลกในปี 2544 มีดังนี้

ตารางที่ 1.6 จำนวนองค์กรที่มีความพอใจต่อประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่จะใช้เป็นสถานที่จัดประชุมนานาชาติ (Corporate Meetings) 25 อันดับแรก ปี 2544

อันดับ	ประเทศ	2544
<b>1</b>	<b>Hong Kong, China</b>	<b>494</b>
2	France	399
3	USA	370
4	Germany	350
5	United Kingdom	335
6	Netherlands	311
7	Italy	310
7	Spain	310
<b>9</b>	<b>Singapore</b>	<b>291</b>
10	Switzerland	288
<b>11</b>	<b>China, PR.</b>	<b>281</b>
12	Belgium	279
<b>13</b>	<b>Thailand</b>	<b>278</b>
14	Austria	276
15	Portugal	267
<b>16</b>	<b>Japan</b>	<b>264</b>
17	Sweden	263
18	Denmark	258
19	Finland	254
20	Greece	251
21	Luxembourg	250
21	Norway	250
<b>23</b>	<b>Malaysia</b>	<b>249</b>
24	Czech Republic	243
25	Cyprus	242

ที่มา : International Congress and Convention Association (ICCA), [www.icca.nl](http://www.icca.nl)

จากการสำรวจของ International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่าประเทศที่ได้รับความนิยมที่จะใช้เป็นสถานที่ในการจัดประชุม Corporate Meetings สูงเป็นอันดับ 1 คือ ฮองกง อันดับที่ 2 คือ ฝรั่งเศส และอันดับ 3 คือ อเมริกา

พบว่า ประเทศไทยเป็นจุดหมายที่ได้รับความนิยมในการจัดการประชุม Corporate Meetings คิดอันดับที่ 13 ของประเทศทั่วโลก โดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมคิดอันดับ 25 อันดับแล้ว พบว่าประเทศไทยได้รับความนิยมสูงกว่าญี่ปุ่น และมาเลเซีย แต่ได้รับความนิยมต่ำกว่า ฮองกง สิงคโปร์ และประเทศจีน

- ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในตลาดอเมริกา

ประเทศอเมริกาเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสูงมาก เนื่องจากขนาดของเศรษฐกิจของประเทศเองและผู้บริหารของบริษัทต่างๆ ยังมีความเชื่อมั่นว่าการให้รางวัลแก่คนทำงานนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ในการกระตุ้นและผลักดันการเติบโตของยอดขายของพนักงานขายและตัวแทนจำหน่าย รวมทั้งการขยายตัวของการบินอีกด้วย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของบริษัทในอเมริกาของ SITE foundation พบว่าในปี 2539 บริษัทในอเมริการ้อยละ 26 จะให้รางวัลกระตุ้นพนักงานที่ไม่ใช่เงินสด (non-cash incentive) โดยมีการใช้จ่ายด้านรางวัลดังกล่าวปีละ 22.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยแบ่งเป็น Travel rewards ประมาณ 8.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ จากการศึกษาดังกล่าวพบว่าการใช้จ่ายดังกล่าวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2543 บริษัทในอเมริการ้อยละ 32 หรือมากกว่า 10 ล้านบริษัทใช้จ่ายด้านรางวัลที่ไม่ใช่เงินสดในการกระตุ้นยอดขาย รวมถึง 26.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.7 แสดงการใช้จ่ายด้านรางวัลที่ไม่ใช่เงินสด (non-cash incentive) ต่อปีของบริษัทในสหรัฐอเมริกา ในปี 2539-2543

ปี	สัดส่วนต่อบริษัท ในอเมริกาทั้งสิ้น (%)	มูลค่าของรางวัล	
		พันล้านเหรียญสหรัฐ	พันล้านบาท
2539	26 %	22.8	1,003.2
2543	32 %	26.9	1,183.6

ที่มา : US Incentive spending reaches \$27 Billion, www.site-intl.org

ทั้งนี้ พบว่า จากค่าใช้จ่ายด้านรางวัลต่อปีประมาณ 26.9 พันล้านเหรียญสหรัฐดังกล่าวนี้ เป็นค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลราว 9.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยร้อยละ 48 หรือ 4.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ จะเป็น Travel Incentive สำหรับกลุ่ม Sales Program อีกร้อยละ 41 หรือ 4.0 พันล้านเหรียญสหรัฐ จะเป็นรางวัลสำหรับกลุ่ม Dealer Program และที่เหลืออีก ร้อยละ 11 หรือ 1.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ นั้นใช้จ่ายเพื่อ Travel Incentive สำหรับกลุ่ม Non-sales Program ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.8 แสดงการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต่อปีของบริษัทในสหรัฐอเมริกา จำแนกตาม ประเภทของกลุ่มเป้าหมาย ในปี 2543

กลุ่มเป้าหมาย	สัดส่วนต่อรางวัล (%)	มูลค่าของรางวัล (พันล้านเหรียญสหรัฐ)
Sales Program	48 %	4.7
Dealer Program	41 %	4.0
Non-Sales Program	11 %	1.1
รวม	100 %	9.8

ที่มา : US Incentive spending reaches \$27 Billion, [www.site-intl.org](http://www.site-intl.org)

---

## ธุรกิจ MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)

### ในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ที่เข้ามาใช้บริการในประเทศไทยซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3 ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยตลอดทั้งปี นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีรายจ่ายต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณ 3 เท่า

ประเทศไทยมีภูมิประเทศที่มีลักษณะเฉพาะทางกายภาพที่เด่นและมีความหลากหลาย รวมทั้งยังมีวัฒนธรรมที่มีความพิเศษเฉพาะตัวอีกด้วย จึงเป็นจุดหมายที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปและกลุ่มนักท่องเที่ยว MICE ในปี 2544 แม้หลายประเทศในโลกมีสถานการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว แต่ธุรกิจ MICE ในประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนผลักดันจากนโยบายของภาครัฐ รวมทั้งยังมีการร่วมมือทำงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทำให้ธุรกิจ MICE ของไทยมีการเติบโตพอสมควร ดังนี้

### 2.1 ธุรกิจการประชุมนานาชาติในประเทศไทย (Meeting and Convention)

---

ในประเทศไทยมีโรงแรมและศูนย์ประชุมที่เอื้ออำนวยต่อการจัดประชุมนานาชาติอยู่หลายแห่ง ทั้งนี้จังหวัดสำคัญที่ได้รับความนิยมและมีความพร้อม ที่จะรองรับการประชุมนานาชาติ คือ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ จังหวัดอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมและมีความพร้อมรองลงมา คือ เชียงราย นครราชสีมา และเมืองสำคัญทางภาคตะวันออกเฉียงเหนืออื่นๆ ส่วนจังหวัดที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น คือ พื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ ในจังหวัดเพชรบุรี

## สถานการณ์การประชุมนานาชาติของไทย

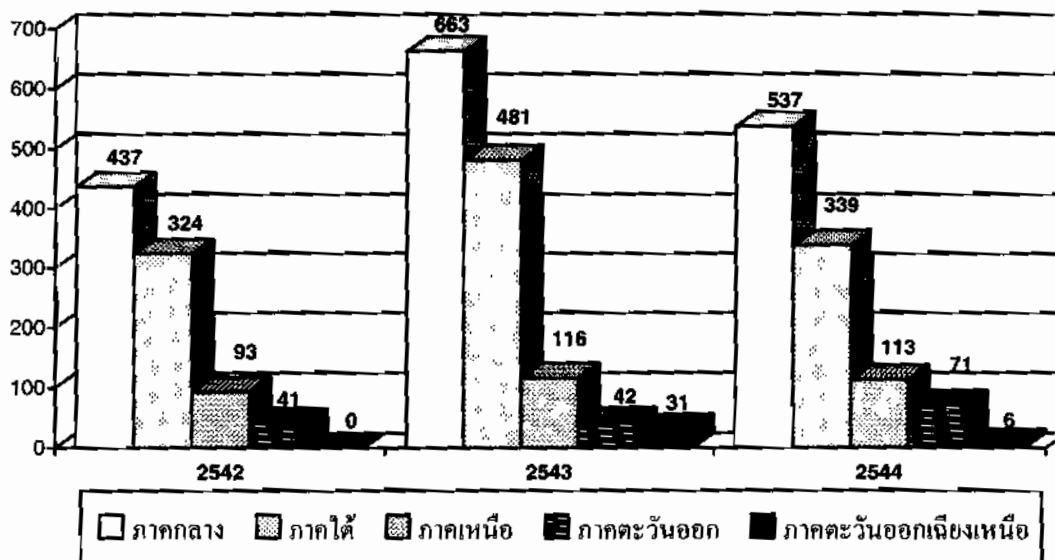
จากการสำรวจโรงแรม ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า PCOs และ PEOs องค์กรผู้จัดและองค์กรผู้ประสานงานการประชุมนานาชาติทั่วประเทศไทย พบว่า ในปี 2544 มีการประชุมนานาชาติจัดขึ้นทั่วประเทศไทย 1,066 ครั้ง ทั้งนี้การประชุมส่วนใหญ่หรือ 537 ครั้ง จัดขึ้นที่ภาคกลาง โดยมีกรุงเทพฯ เป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมสูงสุด ในภาคกลาง คือมีการประชุมนานาชาติถึง 466 ครั้ง ภูมิภาคที่ได้รับความนิยมรองลงมาจากภาคกลางคือ ภาคใต้ที่มีการจัดประชุมนานาชาติถึง 339 ครั้ง ส่วนจังหวัดที่ได้รับความนิยมสูงสุด ในภาคนี้คือ ภูเก็ต ซึ่งมีการจัดประชุมนานาชาติ 280 ครั้ง ส่วนภูมิภาคที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 3 คือ ภาคเหนือและเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมสูงสุด ทั้งนี้การประชุมนานาชาติที่จัดขึ้นตลอดปี 2544 นั้น มีชาวต่างประเทศเดินทางมาร่วมประชุมทั้งสิ้น 102,953 คนและมีชาวไทยร่วมประชุมดังกล่าวอีก 33,473 คน

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนการจัดการประชุมนานาชาติในไทย จำแนกตามภูมิภาค ปี 2544

จังหวัด	จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม		
		รวม	ต่างประเทศ	ไทย
ภาคกลาง	537	86,543	62,820	23,713
ภาคใต้	339	23,215	20,732	2,483
ภาคเหนือ	113	13,362	9,700	3,662
ภาคตะวันออก	71	12,297	9,019	3,278
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6	1,009	672	337
รวม	1,066	136,426	102,953	33,473

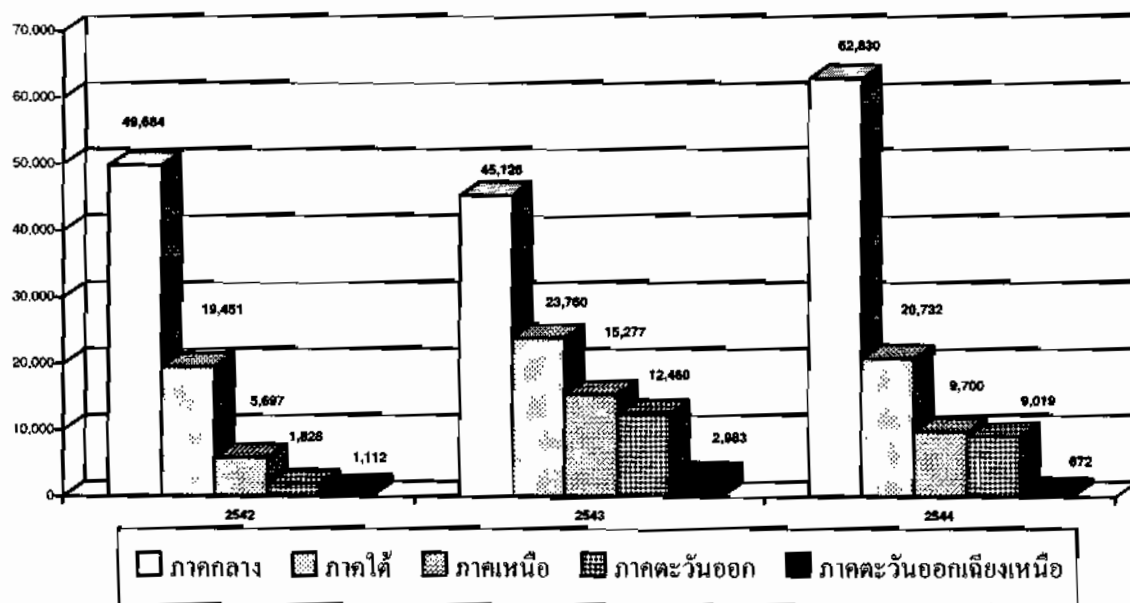
\* ดูข้อมูลเปรียบเทียบ ปี 2542-2544 ในตารางภาคผนวกที่ 1.1

แผนภาพที่ 1 เปรียบเทียบจำนวนครั้งของการประชุมนานาชาติจำแนกตามภาค ปี 2542-2544



จากแผนภาพที่ 1 พบว่า สัดส่วนของการจัดการประชุมนานาชาติในแต่ละภาคของประเทศ ตั้งแต่ปี 2542-2544 นั้น มีรูปแบบความนิยมไปในทิศทางเดียวกัน คือ ภาคกลางเป็นภาคที่ได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมาคือ ภาคใต้ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2543 จะพบว่า จำนวนครั้ง(Event)ของการจัดประชุมนานาชาติในปี 2544 ลดลง อย่างไรก็ตามยังมีพื้นที่ที่มีจำนวนครั้งของการจัดประชุมเพิ่มขึ้น นั่นคือ หัวหิน ชะอำ และพัทยา (ดูตารางภาคผนวกที่ 1.1) จะเห็นได้ว่าความนิยมที่มีต่อพื้นที่ชายหาด ทั้ง 3 แห่งข้างต้นมีความนิยมเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นสมุยยังเป็นอีกจุดหมายหนึ่งที่เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น แต่การท่องเที่ยวที่สมุยจะเน้นหนักไปที่การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากกว่าธุรกิจการประชุม ทั้งนี้จะพบว่ามีเพียง 2-3 โรงแรมในสมุยที่สามารถรองรับการประชุมในระดับมาตรฐานได้ โดยที่สามารถรองรับได้กลุ่มละไม่เกิน 200 คน

แผนภาพที่ 2 เปรียบเทียบจำนวนผู้ร่วมประชุมชาวต่างประเทศในการประชุมนานาชาติ จำแนกตามภาค ปี 2542-2544

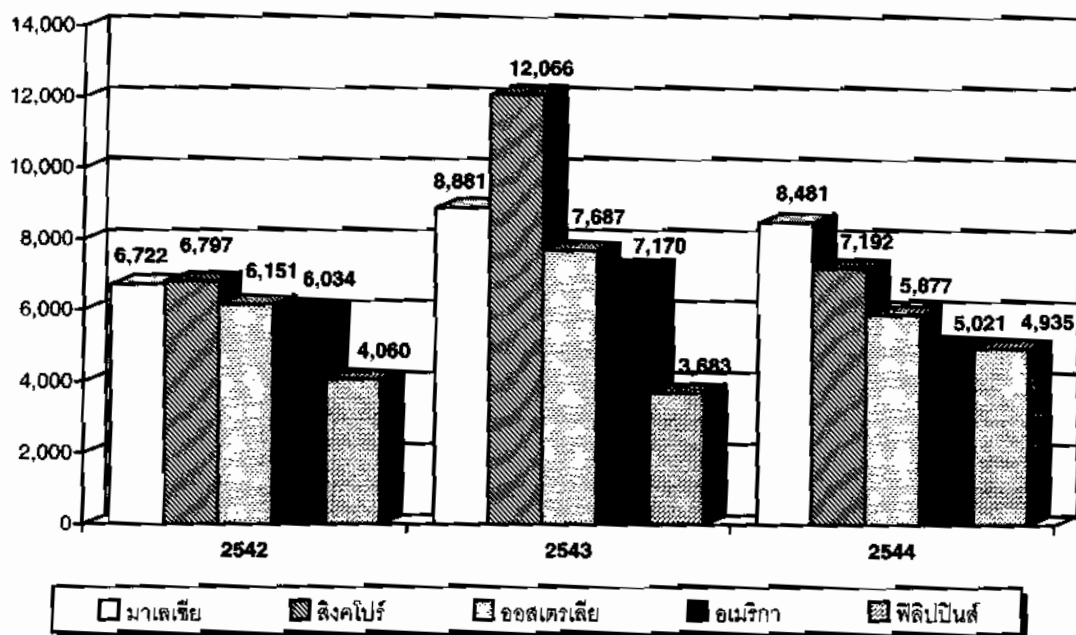


จากแผนภาพที่ 2 ที่แสดงการเปรียบเทียบจำนวนผู้ร่วมประชุมชาวต่างชาติที่มาร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทยจำแนกตามภาค จะพบว่าจำนวนผู้ร่วมประชุมที่มาจากต่างประเทศโดยรวมในปี 2544 เปรียบเทียบกับปี 2543 นั้นมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยมีจำนวนสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในภาคกลาง ส่วนในภูมิภาคอื่นๆ นั้นมีจำนวนผู้ร่วมประชุมจากต่างประเทศลดลง ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากเหตุร้ายในอเมริกาช่วงเดือนกันยายน ซึ่งทุกปีจะพบว่าในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีจะมีการประชุมจำนวนมากและมีผู้ร่วมประชุมเข้ามาจำนวนมากเช่นกัน ดังนั้นหลังจากเหตุวินาศกรรมในเดือนกันยายนนั้นจะพบว่าหลังจากนั้นการประชุมนานาชาติหลายแห่งมีการยกเลิก ส่วนการประชุมที่ดำเนินการต่อจะมีผู้ร่วมประชุมจำนวนน้อยลง แต่อย่างไรก็ตามผลจากเหตุการณ์ดังกล่าวนี้ มีผลกระทบต่อธุรกิจการประชุมในระยะสั้นๆ และค่อยๆ ปรึ



เข้าสู่การเดินทางปกติในเวลาต่อมา แต่ในภาคกลางโดยเฉพาะกรุงเทพมหานครมีการจัดการประชุมขนาดใหญ่ขึ้นหลายครั้งและแต่ละครั้งยังมีผู้มาร่วมประชุมจำนวนมากอีกด้วย จึงทำให้จำนวนผู้มาร่วมประชุมในภาคกลางมีการเติบโตแม้จะได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว

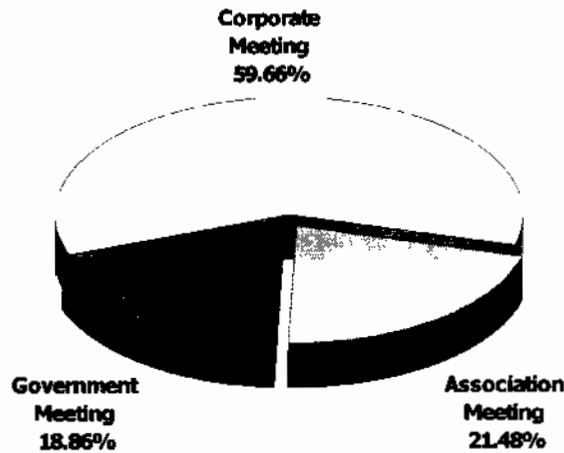
แผนภาพที่ 3 เปรียบเทียบผู้ร่วมประชุมชาวต่างประเทศ 5 อันดับแรก จำแนกตามถิ่นที่อยู่ในปี 2542-2544



ตารางที่ 2.2 จำนวนครั้งการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามประเภทการประชุม ปี 2543 - 2544

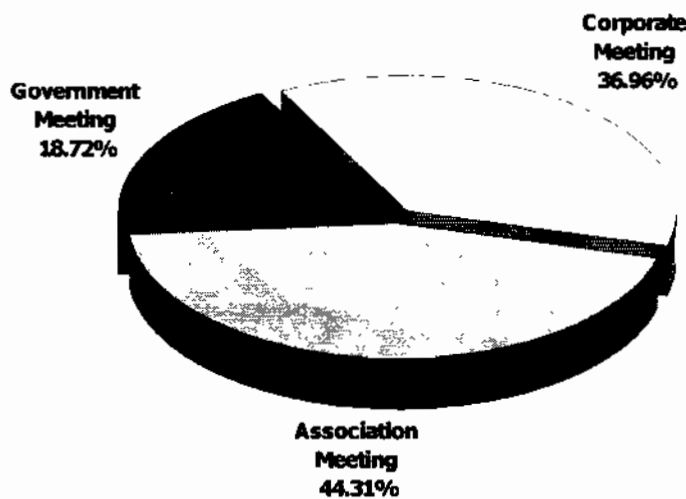
ประเภทของการประชุม	2543				2544			
	รวม	Inter-National	Regional	National Offshore	รวม	Inter-National	Regional	National Offshore
Association	382	229	113	39	229	108	94	27
Corporate	762	115	164	483	636	208	175	253
Government	183	56	84	43	201	79	91	31
<b>รวม</b>	<b>1,327</b>	<b>401</b>	<b>361</b>	<b>565</b>	<b>1,066</b>	<b>395</b>	<b>360</b>	<b>311</b>

**แผนภาพที่ 4** เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวน International Convention แบ่งตาม ประเภทการประชุม ปี 2544



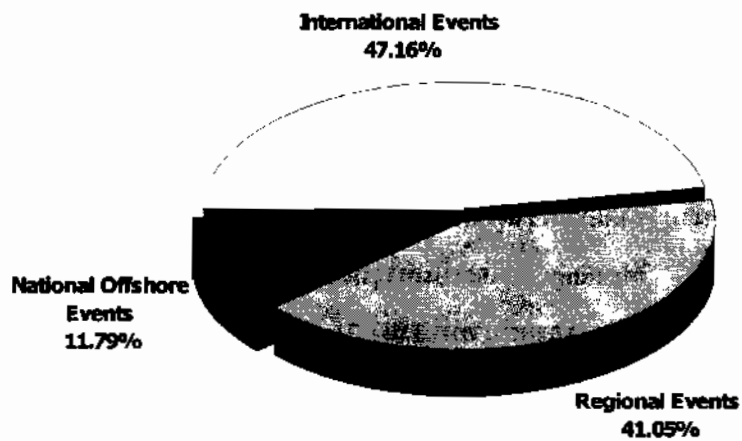
จากแผนภาพที่ 4 พบว่าการประชุมนานาชาติทั้งสิ้นที่จัดขึ้นในปี 2544 นั้น ร้อยละ 59.66 หรือ 636 ครั้ง เป็นการประชุมแบบ Corporate Meetings ร้อยละ 21.48 หรือ 229 ครั้ง เป็น Association Meetings และที่เหลืออีกร้อยละ 18.86 หรือ 201 ครั้ง เป็น Government Meetings จะเห็นว่าการประชุมนานาชาติเกินกว่าครึ่งเป็นการประชุมแบบ Corporate Meetings ทั้งนี้การประชุมแบบ Corporate Meetings จะเป็นการประชุมขนาดเล็กและมีความถี่กว่าการประชุมแบบ Association Meetings (ดูตารางภาคผนวกที่ 1.5-1.7)

**แผนภาพที่ 5** เปรียบเทียบสัดส่วนของผู้ร่วมประชุมชาวต่างประเทศในการประชุม International Convention แบ่งตาม ประเภทการประชุม ปี 2544

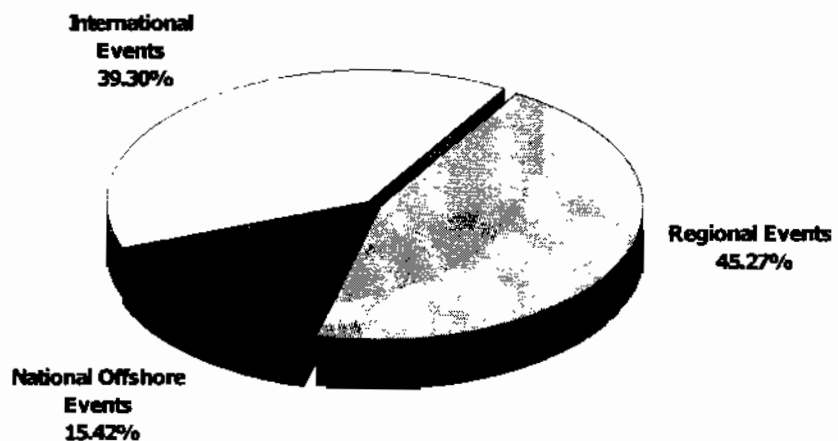


จากแผนภาพที่ 5 พบว่าจากการประชุมนานาชาติที่จัดขึ้นในปี 2544 นั้น มีผู้ร่วมประชุม จากต่างประเทศทั้งสิ้น 102,953 คน โดยร้อยละ 44.31 หรือ 45,622 คน มาร่วมการประชุมแบบ Association Meetings ร้อยละ 36.96 หรือ 38,054 คน เป็น Corporate Meetings และที่เหลืออีกร้อย ละ 18.72 หรือ 19,277 คน เป็น Government Meetings จะเห็นว่าชาวต่างประเทศที่มาร่วมประชุมนานาชาตินี้ส่วนใหญ่มาร่วมการประชุมแบบ Association Meetings เนื่องจาก Association Meetings จะเป็นการประชุมขนาดใหญ่ ดังนั้นแม้จะมีจำนวนการจัดประชุมน้อยกว่าการประชุมแบบ Corporate Meetings แต่สามารถดึงชาวต่างประเทศเข้ามาจำนวนมากกว่า (ดูตารางภาคผนวกที่ 1.5-1.7)

แผนภาพที่ 6 เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวน Association Meeting แบ่งตามประเภทของผู้ร่วมประชุมปี 2544



แผนภาพที่ 7 เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวน Government Meeting แบ่งตามประเภทของ Participant ปี 2544



แผนภาพที่ 8 เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวน Corporate Meeting แบ่งตามประเภทของ Participant ปี 2544



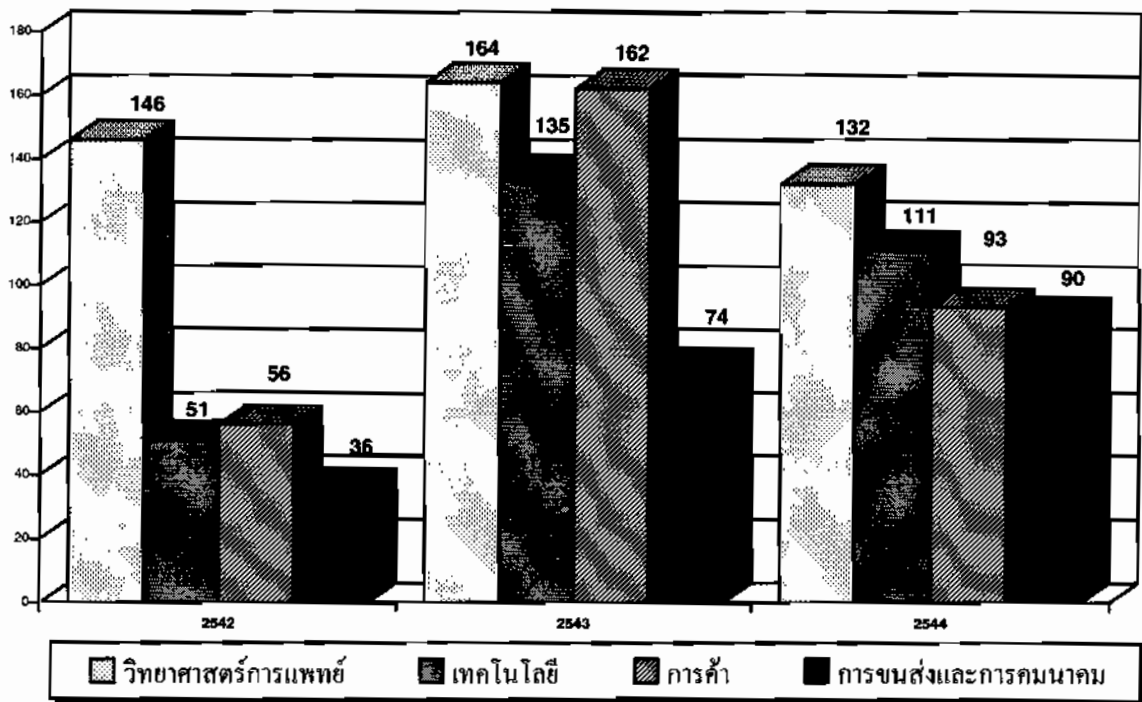
เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการประชุมแต่ละประเภท ดังแผนภาพที่ 6-8 จะพบว่า การประชุมแบบ Association Meeting ในปี 2544 นั้น ร้อยละ 47.16 ของการประชุม Association Meeting หรือ 108 ครั้ง เป็นการประชุมของผู้ร่วมประชุมที่มาจากหลายประเทศ มากกว่า 2 ทวีปขึ้นไป (International Meetings) อีกร้อยละ 41.05 ของการประชุมหรือ 94 ครั้ง เป็นการประชุมของผู้ร่วมประชุมที่มาจากประเทศมากกว่า 2 ประเทศขึ้นไป (Regional Meetings) และอีกร้อยละ 11.79 ของการประชุมหรือ 27 ครั้ง เป็นการประชุมของผู้ร่วมประชุมที่มาจากประเทศอื่นประเทศเดียว (National Offshore Meetings)

สำหรับการประชุมแบบ Government Meeting นั้น พบว่าเกือบครึ่งหรือร้อยละ 45.27 จะเป็นการประชุมของผู้ร่วมประชุมมากกว่า 2 ประเทศขึ้นไป (Regional Meetings)

ส่วนการประชุมแบบ Corporate Meeting นั้น พบว่าร้อยละ 39.78 ของการประชุม หรือ 253 ครั้ง เป็นแบบ National Offshore Meetings และอีกร้อยละ 32.64 หรือ 204 ครั้งเป็นแบบ International Event จะเห็นว่าลักษณะของผู้ร่วมประชุมในแต่ละประเภทของการประชุมนั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกับสมาชิกของกลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มสมาคมนานาชาติมักจะมีสมาชิกอยู่ทั่วโลกผู้ร่วมประชุมจึงมาจากทั่วโลก ส่วนภาครัฐในปัจจุบันประเทศต่างๆ มักเน้นความร่วมมือในภูมิภาคเพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของภูมิภาคจึงเห็นได้ว่าการประชุมภาครัฐมักเป็นการประชุมของผู้ร่วมประชุมในภูมิภาคเดียวกัน สำหรับการประชุมของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจนั้น อาจเป็นการประชุมของกลุ่มพนักงานของบริษัทในประเทศใดประเทศหนึ่งมาประชุมในประเทศไทยหรือมาประชุมร่วมกับบริษัทในประเทศไทย หรืออาจเป็นการประชุมระหว่างบริษัทในเครือในภูมิภาคเดียวกันที่มีประเภทของปัญหาคล้ายคลึงกัน หรือมีการวางแผน

ด้านการบริหารและการตลาดที่สอดคล้องหรือเอื้อกันและกัน หรืออาจเป็นการประชุมระหว่างพนักงานในเครือเดียวกับทั่วโลก ซึ่งอาจเป็นการประชุมเพื่อปรับกลยุทธ์ เพื่อการติดตามผลงาน เพื่อการพัฒนาความร่วมมือในด้านต่างๆ หรือเพื่อการพัฒนาบุคลากร หรือแม้กระทั่งการประชุมผสมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

แผนภาพที่ 9 เปรียบเทียบจำนวนการประชุมนานาชาติจำแนกตามหัวข้อการประชุมนานาชาติ 4 ลำดับแรก ในปี 2542-2544



จากแผนภาพที่ 9 พบว่าหัวข้อการประชุมที่มีการจัดประชุมมากที่สุดคือ วิทยาศาสตร์การแพทย์ เทคโนโลยีและการสื่อสาร การค้า และการขนส่งและการคมนาคม ตามลำดับ ส่วนเดือนที่มีการจัดการประชุมนานาชาติมากที่สุด คือ ตุลาคมและพฤศจิกายน (ดูภาคผนวกที่ 1)

ในปี 2544 การจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทยมีจำนวนครั้งลดลง แต่จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมทั้งที่มาจากต่างประเทศและที่อยู่ในประเทศเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เกิดจากการประชุมที่จัดขึ้นมีขนาดใหญ่ขึ้น สมาคมต่างๆ ทางการแพทย์มีความตื่นตัวในการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการจัดประชุมด้านการแพทย์อย่างต่อเนื่องทุกปี โดยมีทั้งการจัดประชุมในหัวข้อเดิมซ้ำและเป็นหัวข้อใหม่ๆ จากสมาคมทางการแพทย์ที่ก่อตั้งใหม่

## ความคิดเห็นของผู้ร่วมประชุม (Participant)

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจของผู้ร่วมประชุมชาวต่างประเทศ โดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ (รายละเอียดในภาคผนวกที่ 4 และ 8) ได้ผลสำรวจดังนี้

- **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาร่วมประชุม**

ในการแสดงความคิดเห็นของผู้ร่วมประชุม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาร่วมประชุมที่สำคัญที่สุด คือ หัวข้อการประชุม โดยผู้ร่วมประชุมจะพิจารณาถึงหัวข้อการประชุมเป็นหลัก ปัจจัยรองลงมา คือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าสนใจ และปัจจัยอันดับที่ 3 ที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจมาร่วมประชุม คือ การได้รับมอบหมายจากองค์กรต้นสังกัด (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.3) ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่าผู้ร่วมประชุมร้อยละ 91 มีความพึงพอใจและพอใจมากเมื่อได้รับทราบ Venue คือ ประเทศไทย (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.4)

- **ลักษณะการเดินทางและเวลาพักเฉลี่ย**

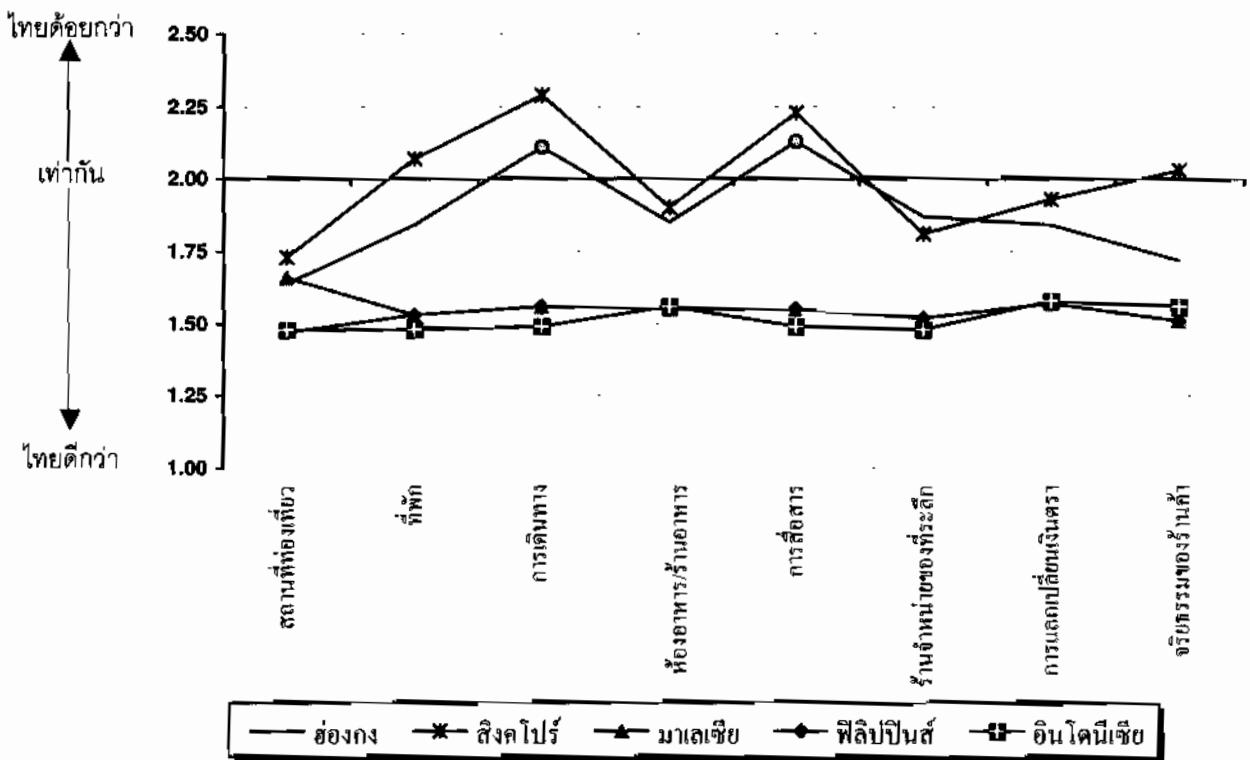
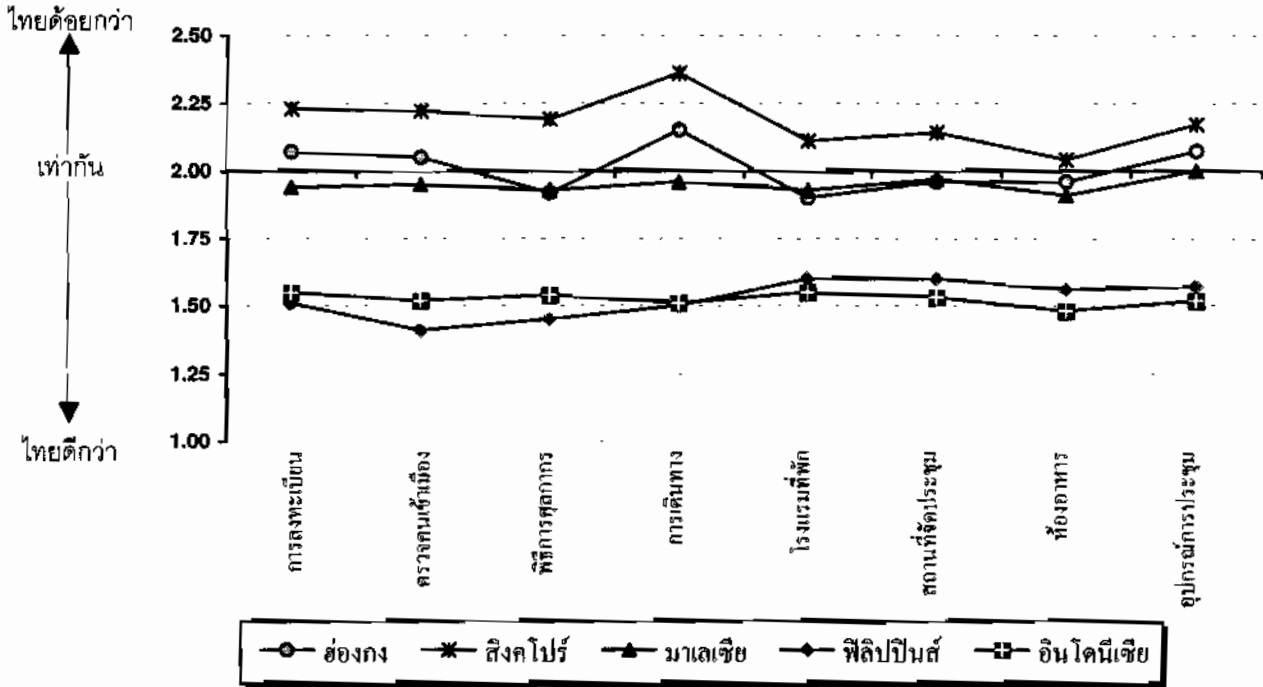
ผู้ร่วมประชุมร้อยละ 58.7 เดินทางมาประชุมเพียงลำพัง และอีกร้อยละ 41.3 เดินทางโดยมีผู้ติดตาม ทั้งนี้พบว่าผู้ร่วมประชุม 1 คนจะมีผู้ติดตามเฉลี่ยคนละ 0.64 คน สำหรับเวลาพักเฉลี่ยของผู้ร่วมประชุมในระหว่างการเดินทางมาประชุมแต่ละครั้งนั้นคือ 9.0 วัน และอยู่มักจะร่วมประชุมเฉลี่ย 4.22 วัน (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.6-4.8)

- **ลักษณะการท่องเที่ยวหลังการประชุม**

จากการสำรวจพบว่าหลังจากการประชุมผู้ประชุมร้อยละ 38.8 จะร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ผู้จัดประชุมเตรียมไว้ ร้อยละ 28.4 จะจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเอง มีเพียงร้อยละ 2.1 ที่จะกลับประเทศของตน ส่วนในจำนวนผู้ประชุมที่ท่องเที่ยวโดยการจัดโปรแกรมเองนั้นร้อยละ 39.7 มักจะไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอีกร้อยละ 33.3 จะไป Shopping และที่เหลืออีกร้อยละ 27 ไปท่องเที่ยวแบบอื่นๆ เช่น ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การศึกษา กีฬา และสุขภาพ (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.10-11)

• เปรียบเทียบการบริการในด้านการจัดประชุมกับประเทศเพื่อนบ้าน

แผนภาพที่ 10 เปรียบเทียบการบริการในด้านการจัดประชุมของผู้ร่วมประชุมระหว่างประเทศไทย-ฮ่องกง - สิงคโปร์ - มาเลเซีย - ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย



เมื่อพิจารณาถึงความคิดเห็นของผู้ร่วมประชุมต่อการให้บริการของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ การให้บริการด้านการประชุมของประเทศเพื่อนบ้าน คือ สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย คังแผนภาพที่ 10 พบว่าการให้บริการของไทยทั้งด้านการประชุมและด้านการท่องเที่ยวหลังจากการประชุม เมื่อเปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียนั้น ประเทศไทยมีบริการที่ดีกว่าทั้ง 2 ประเทศนั้นทุกด้าน

เมื่อเปรียบเทียบมาเลเซียพบว่า การให้บริการโดยเปรียบเทียบแล้วมีความใกล้เคียงกัน โดยที่บริการของประเทศไทยดีกว่ามาเลเซียเพียงเล็กน้อย

เมื่อเปรียบเทียบกับสหราชอาณาจักรและสิงคโปร์แล้วพบว่า ประเทศทั้ง 2 มีการให้บริการในด้านการประชุมที่ดีกว่าทั้งนี้ประเทศทั้ง 2 ได้รักษาคุณภาพการให้บริการที่ดีกว่าไทยได้คงที่ ซึ่งน่าจะเป็นเหตุผลที่ดีที่ทำให้ทั้งสิงคโปร์และสหราชอาณาจักรนั้น อยู่ในความนิยมติดอันดับ 25 ประเทศแรกของโลกเสมอมา (ดูภาคผนวก 4.12)

#### ● การรับผิดชอบค่าใช้จ่าย

ด้านค่าใช้จ่ายในการมาประชุมนานาชาติในประเทศไทยของผู้ร่วมประชุม พบว่า เกือบครึ่งหรือร้อยละ 43.3 ของผู้ร่วมประชุมมีบริษัทหรือองค์กรต้นสังกัดเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น กลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่บริษัทหรือองค์กรต้นสังกัดมอบหมายมา หรือเห็นประโยชน์ในการร่วมประชุมที่จะมีในอนาคต และมีอยู่ร้อยละ 19 ผู้จัดงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายกลุ่มนี้มักได้รับเชิญกรณีพิเศษจากผู้จัด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่อยู่ในเงื่อนไขของผู้สนับสนุนเงินทุน หรือเป็นกลุ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้โดดเด่น รวมทั้งกลุ่มประเทศด้อยพัฒนาที่มีลักษณะของประเทศหรือลักษณะอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการประชุม เป็นต้น (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.20)

#### ● สายการบินที่ใช้เดินทาง

ในการเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อร่วมการประชุมนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวนิยมใช้สายการบินไทยในการเดินทางมากที่สุด คือร้อยละ 40 ของผู้มาร่วมประชุมจะเดินทางโดยสายการบินไทย

#### ตารางที่ 2.3 แสดงร้อยละของสายการบินที่ผู้ร่วมประชุม (Participant) ใช้เดินทางมาประเทศไทย

Airline	Participant
1. Thai Airways International	38.1
2. Singapore Airlines	6.7
3. Malaysia Airlines	11.9
4. Japan Airlines	1.4
5. Cathay Pacific Airways	2.1
6. Lufthansa German Airlines	1.8

\* คุรยละเอียดในตารางภาคผนวกที่ 4.22



## รายรับของประเทศจากธุรกิจการประชุมนานาชาติ

---

สำหรับรายรับที่เกิดจากธุรกิจการประชุมนานาชาติในปี 2544 พบว่า ธุรกิจนี้นำชาวต่างประเทศเข้ามาโดยตรงเป็นจำนวน 102,953 คน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีระยะพำนักเฉลี่ยคนละ 9 วัน และเข้าร่วมการประชุมเฉลี่ย 4.4 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 265.74 US/วัน หรือ 2,391.66 US/คน ดังนั้นสามารถประมาณการได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทยโดยจุดมุ่งหมายที่จะมาร่วมประชุมนั้น นำรายได้เข้าประเทศในปี 2544 เป็นมูลค่า 246,228,572 US หรือ 10,915.3 ล้านบาท

นอกจากนี้ ผู้มาร่วมประชุมยังนำผู้ติดตามมาด้วย โดยเฉลี่ย 0.62 คน ดังนั้นจึงสามารถประมาณการได้ว่าผู้ร่วมประชุมในปี 2544 ได้นำผู้ติดตามมาด้วย 63,830 คน และคาดว่าจะนำรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่า 67,235,969 US หรือ 2,980.57 ล้านบาท

ดังนั้นธุรกิจนี้สามารถนำรายได้เข้าประเทศรวมเป็นมูลค่า 313,465,540.98 US หรือ 13,895.88 ล้านบาท ในปี 2544

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงภาพรวมธุรกิจประชุมนานาชาติ ปี 2542-2544

ธุรกิจการประชุมนานาชาติ				
	2542	2543	2544	ร้อยละของ การเปลี่ยนแปลง (2543-2544)
<b>ผู้ร่วมประชุม</b>				
จำนวนผู้ร่วมประชุม	77,205	98,895	102,953	4.10
จำนวนครั้ง	994	1,327	1,066	-19.67
ระยะพำนักเฉลี่ย	8.00	8.04	9	11.94
ค่าใช้จ่าย/คน/วัน (US\$)	190.79	246.10	265.74	7.98
ค่าใช้จ่าย/คน (US\$)	1,526.32	1,978.64	2,391.66	20.87
<b>ประมาณการรายได้ (US\$)</b>	<b>117,839,536</b>	<b>195,677,998</b>	<b>246,228,572</b>	<b>25.83</b>
<b>ผู้ติดตาม</b>				
จำนวนผู้ติดตาม	NA	41,536	63,830	53.67
<b>ประมาณการรายได้ (US\$)</b>	<b>NA</b>	<b>31,069,597</b>	<b>67,235,969</b>	<b>116.40</b>
<b>ภาพรวมรายได้จากนักท่องเที่ยวและผู้ติดตามในธุรกิจการประชุมนานาชาติ</b>				
<b>ประมาณการรายได้ (US\$)*</b>	<b>117,839,536</b>	<b>226,747,595</b>	<b>313,465,540.98</b>	<b>38.24</b>
<b>ประมาณการรายได้ (บาท)*</b>	<b>4,453,156,050.32</b>	<b>9,094,846,038</b>	<b>13,895,883,101</b>	<b>52.79</b>

หมายเหตุ : \*ภาพรวมรายได้จากนักท่องเที่ยวและผู้ติดตามในธุรกิจการประชุมนานาชาติ ในปี 2542 ยังไม่ได้รวมรายได้จากผู้ติดตามเนื่องจากไม่มีการเก็บข้อมูลของผู้ติดตามในปี 2542

: อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2542 1 US\$ = 37.79 บาท  
อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2543 1 US\$ = 40.11 บาท  
อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2544 1 US\$ = 44.33 บาท

## 2.2 ธุรกิจการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย (Exhibition)

การจัดงานแสดงสินค้าแต่ละครั้งสิ่งที่สำคัญ คือ กลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากการแสดงสินค้าแต่ละครั้ง ผู้แสดงสินค้า (Exhibitor) ย่อมต้องการผลทางธุรกิจต่อเนื่อง ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายที่จะมาเยี่ยมชมและก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางธุรกิจต่อเนื่องหลังจากการแสดงสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง นอกจากนั้นสถานที่แสดงสินค้าและสาธารณูปโภคที่รองรับผู้มาแสดงสินค้าและผู้มาเยี่ยมชม ก็มีความสำคัญยิ่งเช่นกัน

ธุรกิจการแสดงสินค้าของไทยมีพัฒนาการต่อเนื่องอย่างรวดเร็ว ทั้งการพัฒนาด้านการจัดการ ด้านสถานที่ และธุรกิจต่อเนื่องอื่นๆ เช่น ธุรกิจการจัดการแสดงสินค้า ธุรกิจการออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่ใช้ในการแสดงสินค้า รวมไปถึงการขนส่ง จึงทำให้มูลค่าการค้าอันสืบเนื่องมาจากธุรกิจแสดงสินค้าในประเทศไทยทั้งที่เป็นการแสดงสินค้านานาชาติ และการแสดงสินค้าในประเทศมีมูลค่ามากกว่าปีละ 7,500 ล้านบาท<sup>5</sup>

สำหรับการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยนั้น มีจำนวนการจัดงานค่อนข้างคงที่มาตลอดหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากสภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจของไทยและเพื่อนบ้าน นอกจากนั้นประเทศจีนที่เปิดประเทศมาระยะหนึ่งแล้วนั้นเป็นประเทศที่มีผู้บริโภคจำนวนมาก มีสถานที่ที่จะรองรับการแสดงสินค้าระดับนานาชาติ และเป็นประเทศที่มีโอกาสทางธุรกิจสูง ทำให้มีแรงดึงดูดงานแสดงสินค้านานาชาติ และผู้แสดงสินค้าได้เป็นอย่างดี

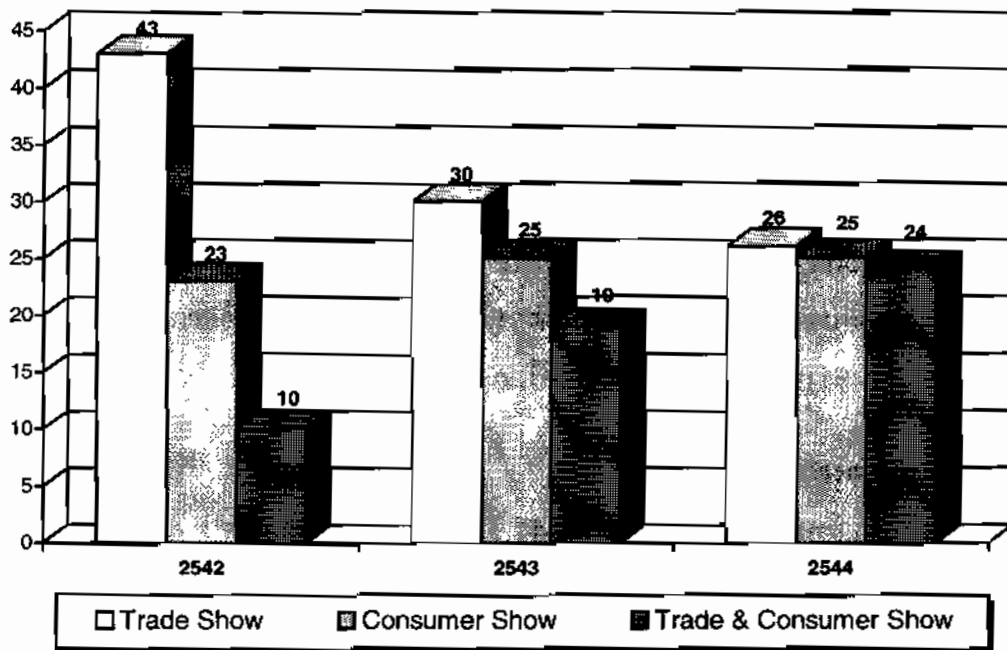
### สถานการณ์การแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติของไทย

การแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยตลอดปี 2544 มีทั้งสิ้น 75 ครั้ง มีบริษัทจากต่างประเทศเข้ามาแสดงสินค้าประมาณ 2,145 บริษัท นำเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานประมาณ 6,435 คน และมีผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า 43,125 คน โดยเดือนที่มีการจัดแสดงสินค้านานาชาติสูงสุดคือเดือน กันยายน – พฤศจิกายน

ในด้านระยะเวลาการแสดงสินค้าพบว่า การแสดงสินค้านานาชาติส่วนใหญ่เปิดแสดงสินค้าประมาณ 4 วัน และผู้ร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) มักจะอยู่ร่วมงานเฉลี่ย 4.08 วัน และจะพักในประเทศไทยประมาณ 7.45 วัน ส่วนผู้มาเยี่ยมชม (Visitor) จะอยู่ชมงานเพียง 2.96 วัน มักจะพักในประเทศไทยเฉลี่ย 7.9 วัน

<sup>5</sup> แผนกลยุทธ์อุตสาหกรรมบริการแสดงสินค้า, สมาคมการแสดงสินค้า(ไทย), กุมภาพันธ์ 2545

แผนภาพที่ 11 จำนวนการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ แบ่งตามประเภทการจัดงาน ปี 2542-2544



จากแผนภาพที่ 11 พบว่าการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในปี 2544 เป็นการแสดงสินค้าแบบ Trade Show , แบบ Consumer Show และเป็นทั้ง Trade & Consumer Show ในจำนวนใกล้เคียงกันคือ ราว 24-26 ครั้ง เท่าๆ กัน ทั้งนี้การแสดงสินค้านานาชาติส่วนใหญ่จะมีการประชุมด้วย โดยผู้จัดมักจัดให้มีการประชุมสัมมนา เพื่อแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีในหัวข้อเดียวกันกับหัวข้อของการจัดแสดงสินค้า

**ความคิดเห็นของผู้ร่วมแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ และผู้ชมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (Exhibitor และ Visitor)**

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจของผู้มาร่วมแสดงสินค้าชาวต่างประเทศ(Exhibitor) และผู้มาเข้าชมชาวต่างประเทศ (Visitor) โดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ (รายละเอียดในภาคผนวกที่ 4 และ 8) ได้ผลสำรวจดังนี้

□ ผู้ร่วมแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (Exhibitor)

● ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาร่วมแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ

ในการแสดงความคิดเห็นของผู้ร่วมแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (Exhibitor) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาร่วมแสดงสินค้าที่สำคัญที่สุด คือ หัวข้อการแสดงสินค้า โดยผู้ร่วมแสดงสินค้าจะพิจารณาถึงหัวข้อการแสดงสินค้าเป็นหลัก ปัจจัยรองลงมาที่มีความสำคัญเท่าๆ กัน คือ การได้รับมอบหมายจากองค์กรต้นสังกัด, ประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าสนใจ และประเทศไทยมีตลาดและลูกค้าที่ตรงกับเป้าหมายบริษัท (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.3) ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่าผู้ร่วมแสดงสินค้าน้อยละ 80 มีความพึงพอใจและพอใจมากเมื่อได้รับทราบว่า Venue คือ ประเทศไทย

● ลักษณะการเดินทางและเวลาพักเฉลี่ย

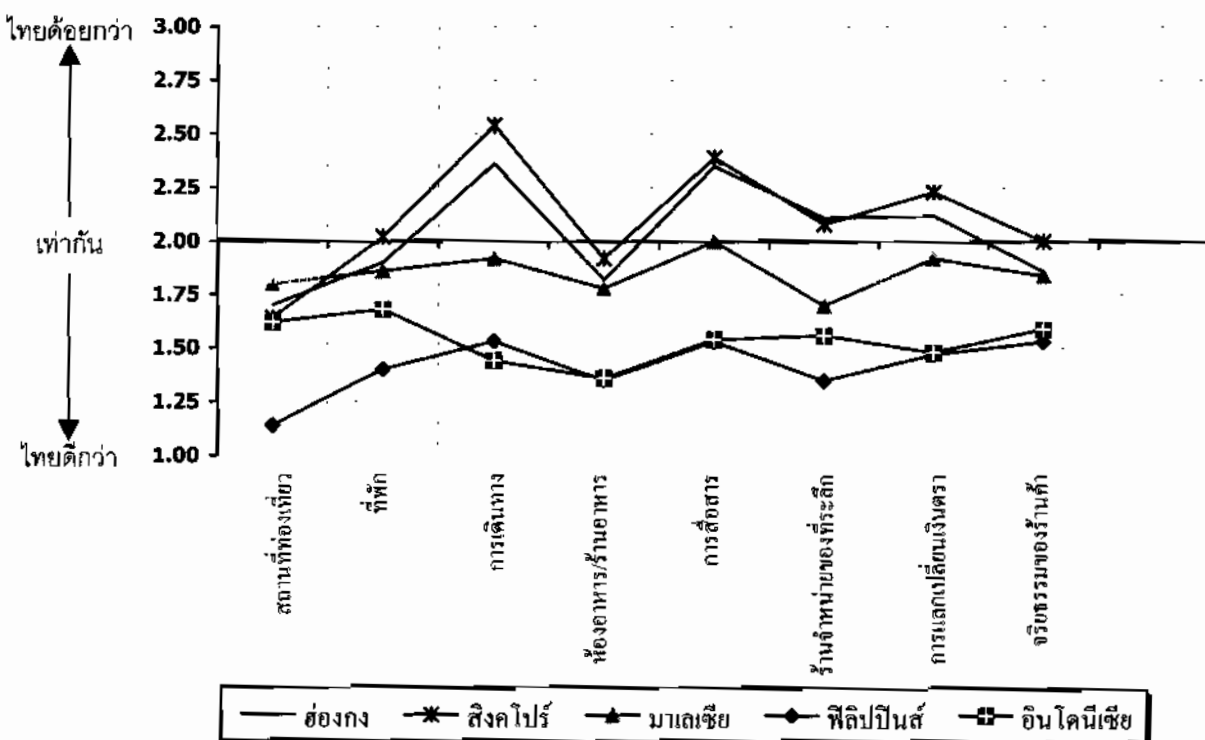
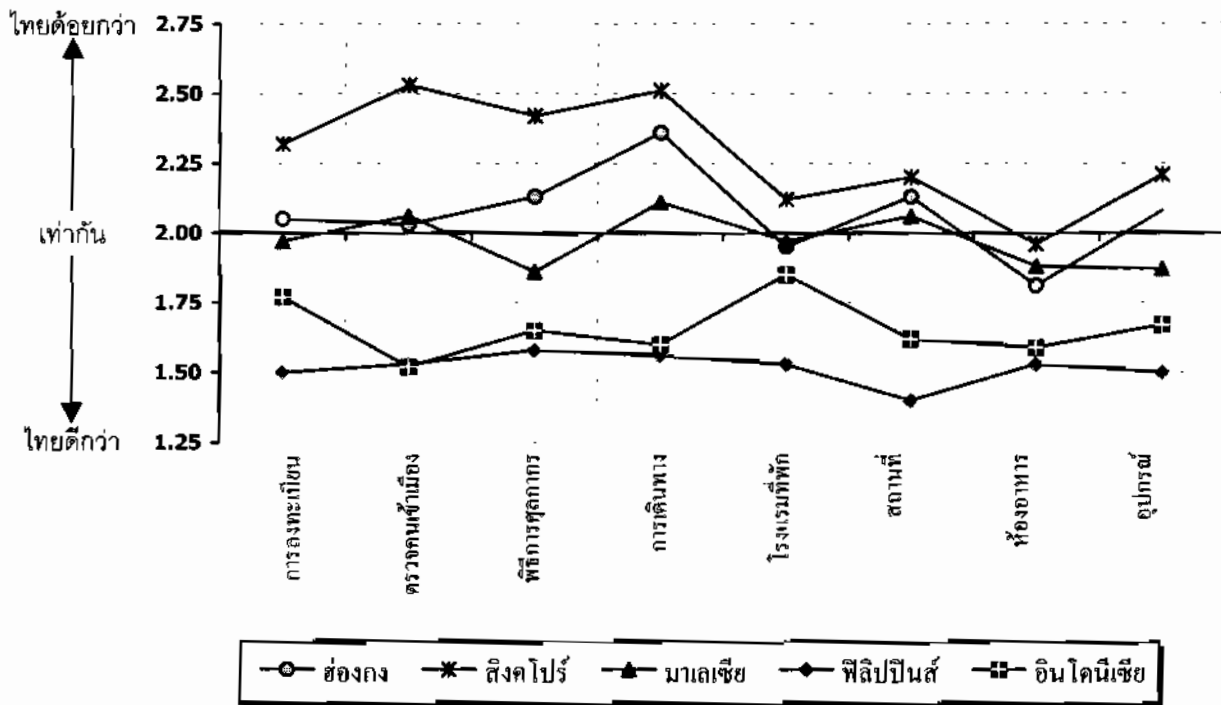
ผู้ร่วมแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ร้อยละ 55.6 เดินทางมาเพียงลำพัง และอีกร้อยละ 44.4 เดินทางโดยมีผู้ติดตาม สำหรับเวลาพักเฉลี่ยของผู้แสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในระหว่างการเดินทางมาแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติแต่ละครั้งนั้นคือ 7.45 วัน และมักจะอยู่ร่วมแสดงสินค้าเฉลี่ย 4.08 วัน (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.6-4.8)

● ลักษณะการท่องเที่ยวหลังการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ

จากการสำรวจพบว่าหลังจากการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ผู้แสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ร้อยละ 39.1 จะกลับประเทศของตน และอีกร้อยละ 33.9 จะเดินทางท่องเที่ยวโดยการจัดโปรแกรมเอง ทั้งนี้ในจำนวนผู้แสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติที่ท่องเที่ยวโดยการจัดโปรแกรมเองนั้น ร้อยละ 29.6 มักจะไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนอีกร้อยละ 20.9 จะออกจับจ่ายซื้อสินค้า (Shopping) และอีกร้อยละ 49.5 จะไปท่องเที่ยวแบบอื่นๆ เช่น ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การศึกษา กีฬา และสุขภาพ (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.10-4.11)

- เปรียบเทียบการบริการในด้านการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ กับประเทศเพื่อนบ้าน

แผนภาพที่ 12 เปรียบเทียบการบริการในด้านการแสดงสินค้าของผู้ร่วมแสดงสินค้าระหว่างประเทศไทย - สหราชอาณาจักร - สิงคโปร์ - มาเลเซีย - ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย



เมื่อพิจารณาถึงความคิดเห็นของผู้ร่วมแสดงสินค้าต่อการให้บริการของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ การให้บริการด้านการแสดงสินค้าของประเทศเพื่อนบ้าน คือ ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซีย ดังแผนภาพที่ 12 พบว่าการให้บริการของไทยทั้งด้านการแสดงสินค้าและด้านการท่องเที่ยว หลังจากการแสดงผลสินค้า เมื่อเปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียนั้น ประเทศไทยมีบริการที่ดีกว่าทั้ง 2 ประเทศนั้นทุกด้าน

เมื่อเปรียบเทียบมาเลเซียพบว่า การให้บริการ โดยเปรียบเทียบแล้วมีความใกล้เคียงกัน โดยที่บริการ ของประเทศไทยดีกว่ามาเลเซียเพียงเล็กน้อย

เมื่อเปรียบเทียบกับฮองกงและสิงคโปร์แล้วพบว่า ประเทศทั้ง 2 มีการให้บริการในด้านการแสดง สินค้าที่ดีกว่าประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ (ดูภาคผนวก 4.16)

- การรับผิดชอบค่าใช้จ่าย

ด้านค่าใช้จ่ายในการมาแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ในประเทศไทยของผู้ร่วมแสดงสินค้า/ นิทรรศการนานาชาติ พบว่า เกือบทั้งหมดหรือร้อยละ 79.1 ที่บริษัทหรือองค์กรต้นสังกัดเป็นผู้รับผิดชอบค่า ใช้จ่ายทั้งสิ้น กลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่บริษัทหรือองค์กรต้นสังกัดมอบหมายมา และมีอยู่ร้อยละ 2.6 ผู้จัดงานเป็นผู้ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายกลุ่มนี้มักได้รับเชิญกรณีพิเศษจากผู้จัด (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.20)

- ผู้ชมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (Visitor)

- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาชมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ

ในการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมการแสดงสินค้า (Visitor) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมา ชมการแสดงสินค้าที่สำคัญที่สุด คือ หัวข้อการแสดงสินค้า โดยผู้ชมการแสดงสินค้าจะพิจารณาถึงหัวข้อ การแสดงสินค้าเป็นหลัก ปัจจัยรองลงมา คือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าสนใจ (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.3) ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่าผู้ชมการแสดงสินค้าสินค้าน้อยละ 85.7 มีความพึงพอใจและพอใจมากเมื่อได้รับ ทราบว่า Venue คือ ประเทศไทย

- ลักษณะการเดินทางและเวลาพักเฉลี่ย

ผู้ชมงานการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ร้อยละ 71.1 เดินทางมาเพียงลำพัง และอีก ร้อยละ 28.9 เดินทางโดยมีผู้ติดตาม สำหรับเวลาพักเฉลี่ยของผู้ชมงานการแสดงสินค้า/นิทรรศการนา นาชาติในระหว่างการเดินทางมาชมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติแต่ละครั้งนั้นคือ 7.9 วัน และมักจะ อยู่ร่วมการแสดงสินค้าเฉลี่ย 2.96 วัน (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.6-4.8)

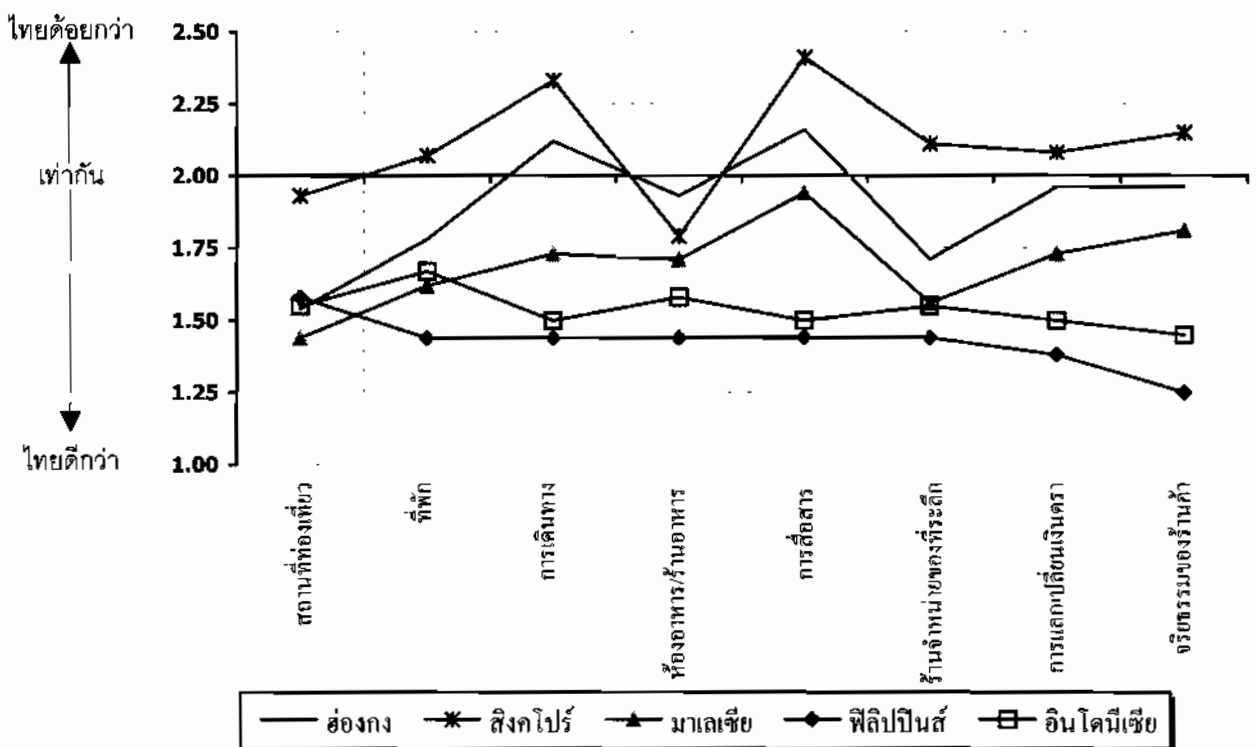
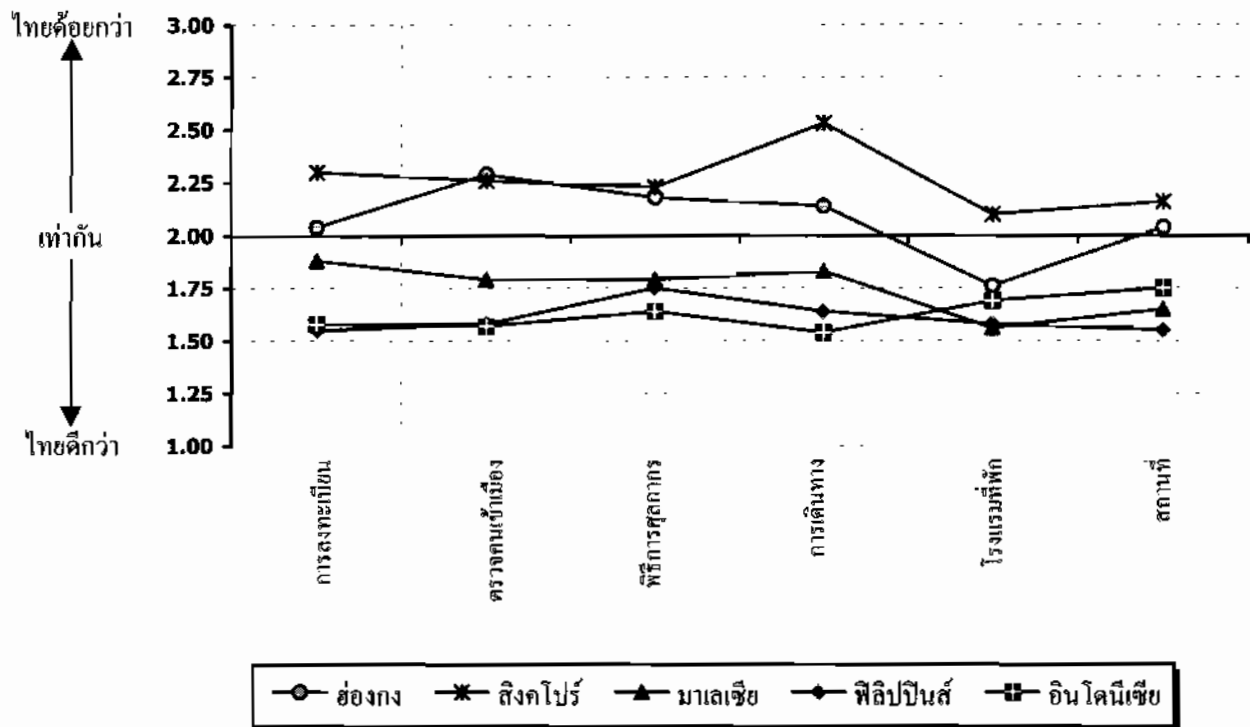
- **ลักษณะการท่องเที่ยวหลังชมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ**

จากการสำรวจพบว่าหลังจากชมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติแล้ว ผู้ชมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ร้อยละ 15.5 จะกลับประเทศของตน และอีกร้อยละ 44 จะเดินทางท่องเที่ยวโดยการจัดโปรแกรมเอง และในจำนวนผู้ชมการแสดงสินค้าที่ท่องเที่ยวโดยการจัดโปรแกรมเองนั้นร้อยละ 23.8 มักจะไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนอีกร้อยละ 19.0 จะออกจับจ่ายซื้อสินค้า (Shopping) และส่วนที่เหลือไปท่องเที่ยวแบบอื่นๆ เช่น ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การศึกษา กีฬา และสุขภาพ (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.10-4.11)



● เปรียบเทียบการบริการในด้านการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ กับประเทศเพื่อนบ้าน

แผนภาพที่ 13 เปรียบเทียบการบริการในด้านการแสดงสินค้าของผู้มาชมการแสดงสินค้านานาชาติระหว่างประเทศไทย - ออสเตรเลีย - สิงคโปร์ - มาเลเซีย - ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย



เมื่อพิจารณาถึงความคิดเห็นของผู้ชมการแสดงสินค้าต่อการให้บริการของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ การให้บริการด้านการแสดงสินค้าของประเทศเพื่อนบ้าน คือ ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซีย ดังแผนภาพที่ 13 พบว่าการให้บริการของไทยทั้งด้านการแสดงสินค้าและด้านการท่องเที่ยว หลังจากการแสดงสินค้า เมื่อเปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียนั้น ประเทศไทยมีบริการที่ดีกว่าทั้ง 2 ประเทศนั้นทุกด้าน

เมื่อเปรียบเทียบมาเลเซียพบว่า การให้บริการโดยเปรียบเทียบแล้วมีความใกล้เคียงกัน โดยที่บริการ ของประเทศไทยดีกว่ามาเลเซียเพียงเล็กน้อย

เมื่อเปรียบเทียบกับฮองกงและสิงคโปร์แล้วพบว่า ประเทศทั้ง 2 มีการให้บริการในด้านการแสดง สินค้าที่ดีกว่าประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ (ดูภาคผนวก 4.14)

- การรับผิดชอบค่าใช้จ่าย

ด้านค่าใช้จ่ายในการมาชมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ในประเทศไทยของผู้ชมการ แสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 54.8 บริษัทหรือองค์กรต้นสังกัดเป็นผู้ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น กลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่บริษัทหรือองค์กรต้นสังกัดมอบหมายมา และมีอยู่ร้อยละ 2.4 ผู้จัดงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายกลุ่มนี้มักได้รับเชิญกรณีพิเศษจากผู้จัดโดยเฉพาะภาครัฐ เนื่องจาก เป็นกลุ่มที่ผู้ซื้อที่สำคัญ (Trader) หรือเป็นกลุ่มที่จะก่อให้เกิดการซื้อขาย และอีกร้อยละ 34.5 นักท่องเที่ยวเป็นผู้ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเองทั้งหมดกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มเจ้าของธุรกิจ (ดูตารางภาคผนวกที่ 4.20)

- สายการบินที่ใช้เดินทาง

ในการเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อร่วมการแสดงผลงานด้านนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวนิยมใช้สายการบิน ไทยในการเดินทางมากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 2.5 แสดงร้อยละของสายการบินที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor) และผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) ใช้เดินทางมาประเทศไทย

Airline	Exhibitor	Visitor
1. Thai Airways International	40.0	23.8
2. Singapore Airlines	12.5	16.3
3. Malaysia Airlines	5.2	5.0
4. Japan Airlines	6.1	3.8
5. Cathay Pacific Airways	2.6	7.5
6. Lufthansa German Airlines	2.6	5.0

\* ดูรายละเอียดในตารางภาคผนวกที่ 4.22

## รายรับของประเทศจากธุรกิจการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ

สำหรับรายรับที่เกิดจากธุรกิจการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาตินั้น มี 2 ส่วนด้วยกันกล่าวคือ ส่วนที่ 1 เป็นรายรับจากการใช้จ่ายส่วนตัวของผู้มาร่วมงานแสดงสินค้า และผู้ติดตาม ส่วนที่ 2 เป็นรายรับจากการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงสินค้าโดยตรง เช่น การเช่าพื้นที่ในการแสดงสินค้า (การลงทะเบียน) การออกแบบตกแต่งสถานที่ และการขนส่งภายในและต่างประเทศ เป็นต้น ในการศึกษาครั้งนี้สามารถประมาณรายรับในส่วนที่ 1 ได้ดังนี้

จากการศึกษาในปี 2544 พบว่า ธุรกิจนี้นำชาวต่างประเทศเข้ามาโดยตรงเป็นจำนวน 49,560 คน แบ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของบริษัท/องค์กรผู้มาร่วมแสดงสินค้า 6,435 คน และผู้เข้าชมการแสดงสินค้า 43,125 คน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีระยะพำนักเฉลี่ยคนละ 7.45 วัน และเข้าร่วมการแสดงสินค้านานาชาติเฉลี่ย 4.08 วัน ผู้เข้าชมการแสดงสินค้า (Visitor) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 257.3 US/วัน หรือ 2,032.6 US/คน ส่วนผู้เข้าร่วมการแสดงสินค้า (Exhibitor) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 331 US/วันหรือ 2,465.9 US/คน ดังนั้นสามารถประมาณการได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทยโดยจุดมุ่งหมายที่จะมาร่วมแสดงสินค้านานาชาตินั้นนำรายได้เข้าประเทศในปี 2544 เป็นมูลค่า 103,527,282 US หรือ 4,589.36 ล้านบาท

นอกจากนี้ ผู้แสดงและผู้เข้าชมสินค้านานาชาติยังนำผู้ติดตามมาด้วย ซึ่งสามารถประมาณการได้ว่า ผู้แสดงและผู้เข้าชมสินค้านานาชาติในปี 2544 ได้นำผู้ติดตามมาด้วย 24,150 คน และคาดว่าจะนำรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่า 16,190,160 US หรือ 717.7 ล้านบาท

ทั้งนี้รวมแล้วมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจากธุรกิจนี้เป็นจำนวน 73,710 คน และนำรายได้เข้าประเทศราว 119,717,442 \$ หรือ 5,307.0 ล้านบาท

ตารางที่ 2.6 แสดงภาพรวมธุรกิจการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ในปี 2543-2544

ธุรกิจการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ			
ภาพรวมนักท่องเที่ยว	2543	2544	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
<b>ผู้แสดงสินค้า (Exhibitor)</b>			
จำนวนผู้แสดงสินค้า(บริษัท)	2,475	2,145	-13.33
จำนวนผู้แสดงสินค้า(เจ้าหน้าที่)	7,549	6,435	-14.76
ระยะพำนักเฉลี่ย	8.45	7.45	-11.83
จำนวนงานแสดงสินค้า	74	75	1.35
ค่าใช้จ่าย/คน/วัน (US\$)	311	331.00	6.43
ค่าใช้จ่าย/คน (US\$)	2,627.95	2,465.95	-6.16
<b>ประมาณการรายได้ (US\$)</b>	<b>19,838,395</b>	<b>15,868,388.25</b>	<b>-20.01</b>
<b>ผู้ชมการแสดงสินค้า (Visitor)</b>			
ผู้ชมการแสดงสินค้า	42,502	43,125	1.47
ระยะพำนักเฉลี่ย	7.50	7.9	5.33
จำนวนงาน	74	75	1.35
ค่าใช้จ่าย/คน/วัน (US\$)	264.00	257.3	-2.54
ค่าใช้จ่าย/คน (US\$)	1,980.00	2,032.67	2.66
<b>ประมาณการรายได้ (US\$)</b>	<b>84,153,960</b>	<b>87,658,894</b>	<b>4.16</b>
<b>ผู้ติดตาม</b>			
ผู้ติดตาม	28,901	24,150	-16.44
<b>ประมาณการรายได้ (US\$)</b>	<b>21,618,735</b>	<b>16,190,160</b>	<b>-25.11</b>
<b>ภาพรวมนักท่องเที่ยวและผู้ติดตามในธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ</b>			
<b>ประมาณการรายได้ (US\$)*</b>	<b>125,611,089</b>	<b>119,717,442</b>	<b>-4.69</b>
<b>ประมาณการรายได้ (บาท)*</b>	<b>5,038,260,786</b>	<b>5,307,074,204</b>	<b>5.34</b>

หมายเหตุ : อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2543 1 US\$ = 40.11 บาท

อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2544 1 US\$ = 44.33 บาท

นอกจากรายรับที่เกิดจากการใช้จ่ายส่วนตัวข้างต้นแล้ว ในการแสดงสินค้าครั้งหนึ่งๆ ยังก่อให้เกิดรายได้อีกส่วนหนึ่งที่กระจายไปยังหน่วยธุรกิจอื่นอีกหลายแหล่ง กล่าวคือ บริษัท Contractor ผู้ตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้า บริษัทผู้ได้เป็น Authorized Forwarder และบริษัท PEO เป็นต้น นอกจากนั้นในงานแสดงสินค้ามักมีงานประชุมอยู่ในงานเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นรายได้ที่เกิดขึ้นอีกทางก็คือ รายได้ที่เกิดจากการจัดการประชุมอีกด้วย ดังนี้

ตารางที่ 2.7 ค่าใช้จ่ายต่อบริษัทฯ ในการร่วมกิจกรรมการแสดงผลสินค้า จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่าย

	US	บาท
Construction	4,389.5	194,586.54
Furniture Rental	4,116.31	182,476.02
Fascia & Logo Rental	15.00	664.95
Lighting & Electronic	319.63	14,169.20
Plant Rental	1,931.40	85,618.96
Internet Service	5.00	221.65
Freight Forwarder	1,217.91	53,989.95
Others	243.00	10,772.19
<b>รวม</b>	<b>6,358.29</b>	<b>542,499.46</b>

หมายเหตุ : เป็นค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายของ Exhibitor จำนวน 32 ราย

จากตารางที่ 2.7 ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่ม Exhibitor จำนวน 32 ราย จะเห็นว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการตกแต่งพื้นที่และขนส่งสินค้าเข้ามาเฉลี่ย บริษัทละ 542,499 บาท ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- บริษัทผู้รับจัดการแสดงสินค้า (PEO) กลุ่มนี้จะมีรายได้จากการจัดการการแสดงผลสินค้าโดย อาจอยู่ในรูปแบบของการรับจ้างจัดการแสดงสินค้าแบบเหมารวม หรือเป็นรูปแบบของรายได้จากการขายพื้นที่แสดงสินค้า ค่าลงทะเบียน รายได้ดังกล่าวอาจแบ่งเป็นสัดส่วนกับบริษัทร่วมทุน โดยมีค่าลงทะเบียน (ค่าเช่าพื้นที่) เฉลี่ย 60,000 บาท ต่อ 9 ตารางเมตร (สำหรับผู้แสดงสินค้าจากต่างประเทศ)
- บริษัทผู้ให้เช่า Booth มาตรฐาน (Contractor) กลุ่มนี้จะมีรายได้จากการให้เช่า Booth มาตรฐาน ซึ่งบริษัทจากต่างประเทศที่ไม่ต้องการการก่อสร้างพิเศษมักจะใช้บริการแบบนี้ โดยมีอัตราค่าบริการประมาณ 5,000 บาท ต่อ 9 ตารางเมตร
- บริษัทรับ-ส่งสินค้า (Shipping) กลุ่มนี้จะได้รับรายได้จากการให้บริการนำสินค้าเข้า-ออก ผ่านพิธีการศุลกากร การผ่าน ATA Carnet การขนส่งสินค้าจากคลังมายังบริเวณที่จัดงานและนำกลับประเทศผู้จัด โดยมีอัตราค่าบริการประมาณ 5,000 – 10,000 บาทต่อผู้แสดงสินค้า 1 ราย

- บริษัทผู้รับก่อสร้างคฤหา กลุ่มนี้จะมีรายได้จากการออกแบบและก่อสร้างตามแบบที่ผู้แสดงสินค้าต้องการ ซึ่งอาจเป็นการออกแบบมาจากต่างประเทศหรือเป็นการจ้างบริษัทในประเทศไทยออกแบบ โดยมีอัตราค่าตกแต่งประมาณ 100,000 – 1,000,000 บาท ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้แสดงสินค้า หรืออาจไม่มีต้นทุนส่วนนี้เลยหากผู้แสดงสินค้าไม่มีการตกแต่งเพิ่มเติม
- โรงแรมที่พัก กลุ่มนี้จะมีรายได้จากผู้แสดงสินค้าและผู้ชมสินค้าที่มาจากต่างประเทศแน่นอน อย่างน้อย 3-8 วัน เนื่องจากการแสดงสินค้าในไทยเฉลี่ย (Show day) 4-5 วัน และวันตกแต่งอีก 2 วันล่วงหน้า รวมทั้ง หลังการแสดงสินค้าอีก 1 วัน โรงแรมเหล่านี้จะเป็นโรงแรมที่ทางผู้จัดได้เลือกไว้และผู้ชมหรือผู้แสดงสินค้าสามารถเข้าพักได้ในราคาพิเศษ
- ผู้ให้บริการอื่นๆ เช่น บริษัทให้บริการด้านไฟฟ้าทั้งการติดตั้งตามสั่งและค่ากระแสไฟฟ้า บริษัทให้เช่าต้นไม้และสิ่งของประดับอื่นเช่นแท่นวางโบว์ชัวร์ เป็นต้น
- นอกจากรายได้ที่เกิดขึ้นจากการแสดงสินค้าโดยตรงแล้วยังมีรายได้อื่นๆอีก เช่น การเดินทางท่องเที่ยวของผู้จัดการแสดงสินค้า และผู้ติดตาม การจับจ่ายในการซื้อสินค้าของฝาก เป็นต้น
- ในแง่ของการค้าระหว่างประเทศ งานแสดงสินค้าที่มีผู้ร่วมแสดงจากนานาประเทศจะดึงดูดให้มีผู้เข้าชมสินค้า (Trader) มาก และเป็นโอกาสอันดีในการขยายฐานลูกค้าของผู้ประกอบการในไทย

## 2.3 ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย (Incentive)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ (เมือง ทะเล ภูเขา ป่า น้ำตก แม่น้ำ ชายหาด ป่าโกงกาง และเกาะแก่งที่สวยงามมากมาย) และยังมี ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณี ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายที่สามารถสร้างสรรค์ โปรแกรมการท่องเที่ยวได้หลากหลาย รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นมาโดยใช้วัฒนธรรมอันหลากหลายมาผสมผสานกับแนวคิดที่สร้างสรรค์ ทำให้ได้โปรแกรมที่น่าประทับใจยิ่ง รวมทั้งมีโรงแรมระดับ 5 ดาวที่มีความเชี่ยวชาญในการจัด Theme party ให้กับงานเลี้ยงต่างๆทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยมีอนาคตที่ดี

### สถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทย

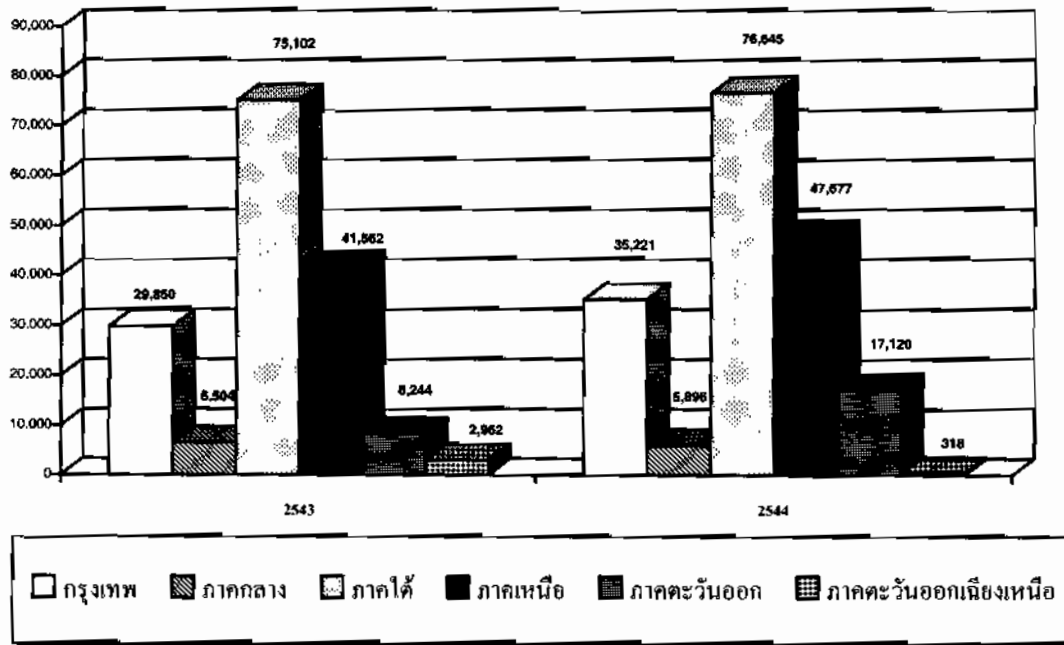
เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบนี้เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการการวางแผนล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี ดังนั้นปีใดมีสถานการณ์ทางเศรษฐกิจไม่ดี จะส่งผลกระทบต่อการวางแผนการให้รางวัลในปีถัดไป ในทางตรงกันข้ามหากปีใดมีสถานการณ์ทางเศรษฐกิจดี จะส่งผลบวกต่อการวางแผนการให้รางวัลในปีถัดไป

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวและกลุ่มที่มาท่องเที่ยว ก่อนข้างคงที่ หรือเพิ่มขึ้น-ลดลงในระดับคงที่ เนื่องจากการเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายหรือกระตุ้นประสิทธิภาพการทำงานนั้น มักหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวไปเพื่อให้เกิดความเร้าใจ และไม่จำเจต่อกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ดังนั้นการหมุนเวียนกลับมาให้บริการในจุดหมายเดิมของบริษัทหนึ่งๆ ต้องใช้เวลาระยะหนึ่งอย่างน้อย 4-5 ปี ดังนั้นทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว จึงค่อนข้างคงที่

ตารางที่ 2.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มและนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำแนกตามภูมิภาค

ภาค	2543			2544		
	กลุ่ม	จำนวน นักท่องเที่ยว	สัดส่วน (%)	กลุ่ม	จำนวน นักท่องเที่ยว	สัดส่วน (%)
กรุงเทพฯ	414	29,850	18	423	35,221	19.26
ภาคกลาง	79	6,504	4	63	5,896	3.22
ภาคตะวันออก	94	8,244	5	54	17,120	9.36
ภาคใต้	864	75,102	46	759	76,645	41.91
ภาคเหนือ	352	41,562	25	362	47,677	26.07
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	29	2,962	2	8	318	0.17
รวม	1,832	164,224	100	1,669	182,877	100

แผนภาพที่ 14 จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ จำแนกตามภาค ปี 2543-2544



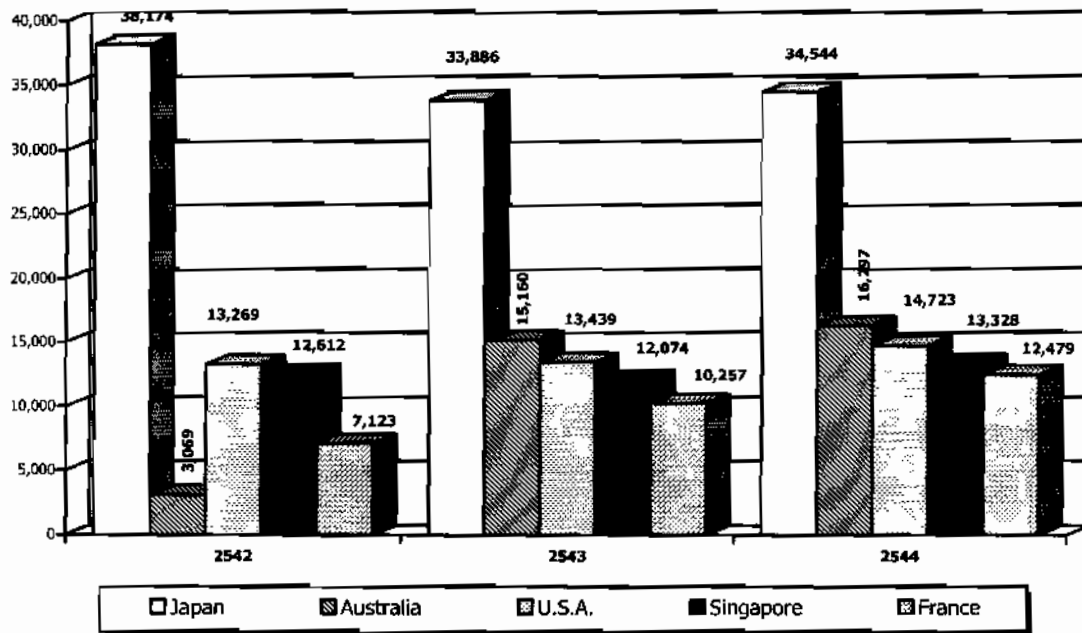
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศในปี 2544 มีทั้งสิ้น 1,669 กลุ่ม และนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยถึง 182,877 คน จุดหมายที่เป็นที่นิยมของกลุ่ม Incentive Travel ไปในทิศทางเดียวกับกลุ่มประชุม โดยนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่ถึง 759 กลุ่ม จำนวน 76,645 คนมุ่งไปที่ภาคใต้ โดยมีภูเก็ตเป็นจุดหมายยอดนิยม ทั้งนี้ในบางจุดหมายเช่น สมุย และหัวหิน ได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น รองลงมาคือภาคเหนือ และกรุงเทพ ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้นแม้จะมีการสนับสนุนจากภาครัฐ และบริษัทจัดการท่องเที่ยวจะผลักดันการขายพื้นที่นี้ แต่การเติบโตยังไม่ดีเท่าที่ควร



ตารางที่ 2.9 ตัวอย่างเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ

เมือง	กรุงเทพฯ
เมือง – ทะเล	กรุงเทพฯ-ภูเก็ต กรุงเทพฯ-สมุย กรุงเทพฯ-พัทยา กรุงเทพฯ-ชะอำ-หัวหิน กรุงเทพฯ-ชะอำ-ภูเก็ต กรุงเทพฯ – ระยอง
ทะเล	ภูเก็ต หัวหิน พัทยา ชะอำ ระยอง ตรัง
เมือง – ทะเล – วัฒนธรรม	กรุงเทพฯ-เชียงใหม่-หัวหิน กรุงเทพฯ-เชียงใหม่-ภูเก็ต กรุงเทพฯ-พัทยา-อยุธยา
เมือง – วัฒนธรรม	กรุงเทพฯ-อยุธยา กรุงเทพฯ-เชิงราช กรุงเทพฯ-พิษณุโลก กรุงเทพฯ-นครปฐม กรุงเทพฯ-ตาก-เชียงใหม่-เชิงราช
วัฒนธรรม	เชียงใหม่ อยุธยา เชียงราช นครปฐม

แผนภาพที่ 15 เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 5 อันดับแรก จำแนกตามถิ่นที่อยู่ในปี 2542-2544

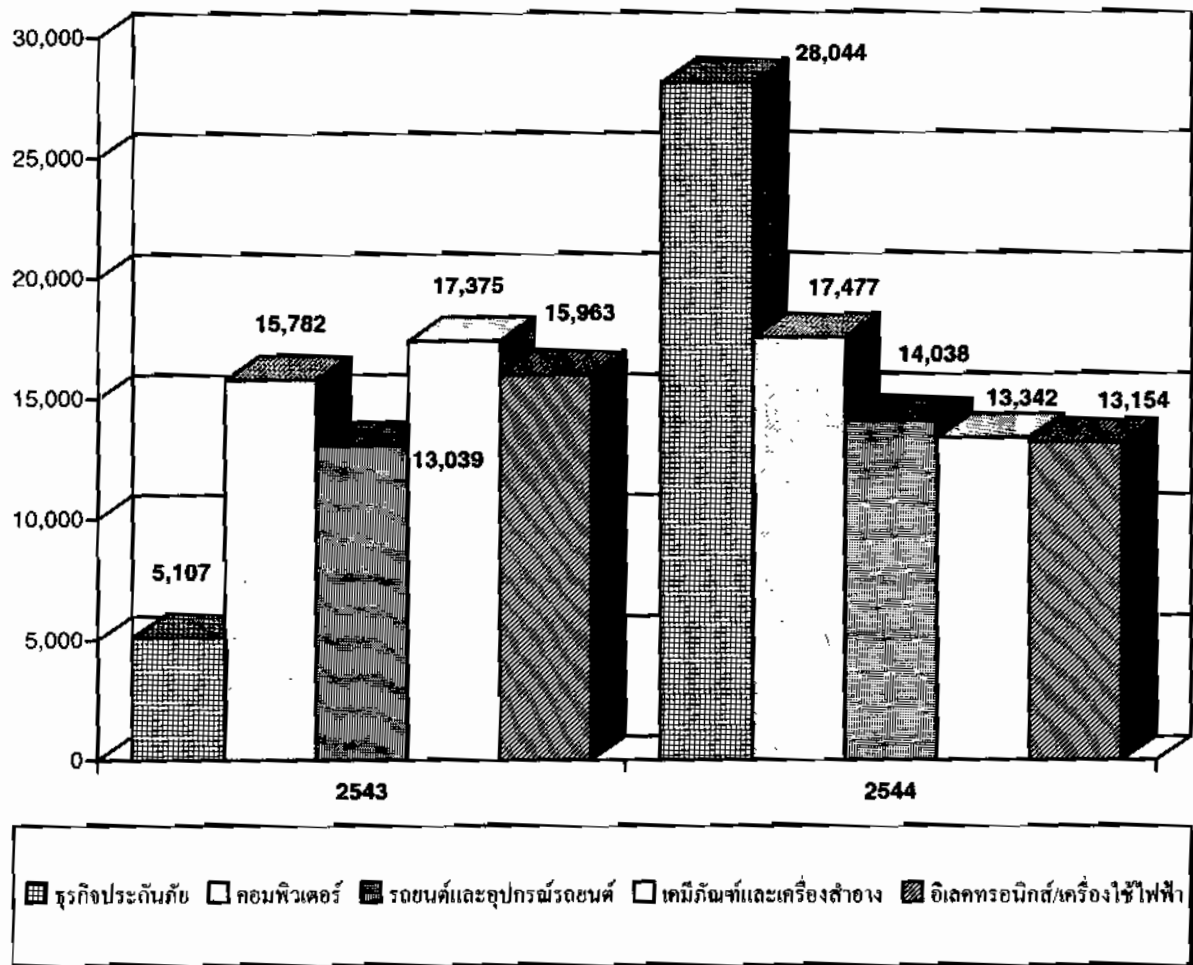


สำหรับลูกค้ารายใหญ่ของไทยในขณะนี้คือ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อเมริกา สิงคโปร์ และฝรั่งเศส ในตลาดญี่ปุ่นนั้นในปี 2543 เศรษฐกิจของญี่ปุ่นกระเตื้องขึ้นเล็กน้อยจึงมีผลบวกมายังการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปี 2544 ที่มีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเล็กน้อย อย่างไรก็ตามในปี 2001 ความนิยมต่อจุดหมายต่างๆ ของชาวญี่ปุ่น มีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

อันดับความนิยม	ในปี 2000	ในปี 2001
1	USA	USA
2	South Korea	South Korea
3	China	China
4	Thailand	Taiwan
5	Hong Kong	Thailand
6	Taiwan	Hong Kong

จะเห็นว่าความนิยมของชาวญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไทยนั้นลดลง โดยมีประเทศจีนเป็นจุดหมายที่ชาวญี่ปุ่นมีความสนใจเพิ่มมากขึ้น

แผนภาพที่ 16 เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 5 อันดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ ในปี 2543-2544



จากแผนภาพที่ 16 พบว่า นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่อยู่ในธุรกิจประกันภัยเป็นกลุ่มที่ได้รับรางวัลมาประเทศไทยสูงสุด โดยรองลงมาคือ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

## รายรับของประเทศจากธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

สำหรับรายรับที่เกิดจากธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปี 2543 พบว่า ธุรกิจนี้นำชาวต่างประเทศเข้ามาโดยตรงเป็นจำนวน 182,877 คน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยคนละ 6.18 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 212.76 US/วันหรือ 1,314.86 US/คน ดังนั้นสามารถประมาณการได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทยโดยจุดมุ่งหมายที่จะมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นนำรายได้เข้าประเทศในปี 2544 เป็นมูลค่า 240,457,652.22 US หรือ 10,659.48 ล้านบาท

ตารางที่ 2.10 ตารางแสดงภาพรวมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในปี 2542-2544

ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล				
ภาพรวมนักท่องเที่ยว	2542	2543	2544	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง (2543-2544)
จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	134,605	164,224	182,877	11.36
จำนวนกรุ๊ป	2,080	1,832	1,669	-8.90
ระยะพำนักเฉลี่ย	6.8	6.29	6.18	-1.75
ค่าใช้จ่าย/คน/วัน (US)	219.59	212.76	212.76	-
ค่าใช้จ่าย/คน (US)	1,493.21	1,338.29	1,314.86	-1.75
ประมาณการรายได้ (US)	200,993,801	219,779,534	240,457,652.22	9.41
ประมาณการรายได้ (บาท)	7,595,555,749.62	8,815,357,104.64	10,659,487,722.91	20.92

หมายเหตุ : อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2542 1 US\$ = 37.79 บาท

อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2543 1 US\$ = 40.11 บาท

อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2544 1 US\$ = 44.33 บาท

## พฤติกรรมกรรมการประชุมนานาชาติของผู้จัดในประเทศไทย

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้จัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย เพื่อที่จะได้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้สถานที่จัดประชุม (Venue) เกณฑ์ในการเลือกสถานที่จัดประชุม (Venue) และพฤติกรรมในการใช้บริการด้านจัดการ โดยการส่งแบบสอบถามไปยังผู้จัดประชุมที่มีสำนักงานอยู่ในประเทศไทย และมีการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในปี 2544 ทั่วประเทศ ทั้งบริษัทเอกชน สมาคม ชมรม สถาบันการศึกษา และหน่วยงานราชการ ทั้งนี้ได้รับการตอบรับทั้งสิ้น 288 ราย

ทั้งนี้จะวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้จัดการประชุมนานาชาติ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มสมาคม (Association) กลุ่มบริษัท เอกชน (Corporate) และกลุ่มองค์กรรัฐบาล (Government) ดังนี้

### 3.1 กลุ่มตัวอย่าง

การสำรวจในครั้งนี้ได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในปี 2544 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 288 ราย แบ่งเป็นกลุ่มสมาคม (Association) จำนวน 146 ราย กลุ่มบริษัทเอกชน (Corporate) 71 ราย และกลุ่มองค์กรรัฐบาล (Government) 69 ราย

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของผู้จัดประชุม

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
Association	146	50.69
Corporate	71	24.65
Government	69	23.96
รวม	288	100.00

## 3.2 ความถี่ของการจัดประชุมนานาชาติ

จากการสำรวจพบว่าการประชุมที่จัดขึ้น โดยองค์กรในประเทศไทยโดยรวม หากจำแนกตามความถี่ในการจัดประชุมแล้วจะพบว่า ส่วนใหญ่เป็นการจัดขึ้นเฉพาะกิจ รองลงมาเป็นการประชุมที่จัดประชุมมากกว่า 1 ครั้งต่อปี และจัดประชุมปีละ 1 ครั้ง ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงความถี่ในการจัดงานประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของผู้จัดประชุม

	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี / ครั้ง	38	26.0	5	7.0	15	21.7	58	20.1
2 ปี / ครั้ง	7	4.8	3	4.2	4	5.8	14	4.9
3 ปี / ครั้ง	2	1.4	0	0	0	0	2	0.7
4 ปี / ครั้ง	5	3.4	0	0	0	0	5	1.7
มากกว่าปีละครั้ง	24	16.4	47	66.2	22	31.9	93	32.3
จัดขึ้นเฉพาะกิจ	70	47.9	16	22.5	28	40.6	115	39.9
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.0</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>288</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3.2 พบว่าสมาคมต่างๆ ที่มีการจัดประชุมนานาชาติในปี 2544 ส่วนใหญ่ หรือ ร้อยละ 47.9 เป็นการจัดการประชุมแบบเฉพาะกิจ ทั้งนี้หมายถึงการประชุมที่เกิดขึ้นนั้นอาจเกิดจากเหตุการณ์ในปัจจุบันหรืออำนาจให้เกิดการประชุมนั้นๆ ทำให้กรรมการได้กำหนดให้จัดการประชุมนั้นขึ้น และการประชุมประเภทที่สมาคมจัดเป็นอันดับรองลงมา หรือร้อยละ 26 คือเป็นการจัดประชุมปีละ 1 ครั้ง

สำหรับกลุ่มบริษัท (Corporate) นั้นการประชุมที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่หรือร้อยละ 66.2 มักเกิดขึ้นบ่อยๆ โดยมีการจัดมากกว่าปีละ 1 ครั้ง และมีอีกถึงร้อยละ 22.5 ที่เป็นการจัดขึ้นเฉพาะกิจ ซึ่งเป็นผลจากการจัดการภายในองค์กรนั้น เช่น การจัดประชุมเพื่อพัฒนาแผนงานเร่งด่วน เป็นต้น

### 3.3 พฤติกรรมการเลือกสถานที่จัดประชุมนานาชาติ

การจัดการประชุมนานาชาติมักต้องการสถานที่ที่จัดประชุมที่มีความพร้อมทั้งสถานที่ อุปกรณ์ และการบริการด้านต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นข้อจำกัดของการเลือกสถานที่เช่น งบประมาณ และความนิยมของผู้จัด เป็นต้น

ตารางที่ 3.3 หลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของผู้จัดประชุม

	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตามเสียงส่วนใหญ่ของสมาชิก	18	12.3	2	2.8	5	7.2	25	8.7
ตามเสียงส่วนใหญ่ของกรรมการ	79	54.1	38	53.5	11	15.9	129	44.8
เป็นสถานที่ที่จัดการประชุมขององค์กรเป็นประจำ	31	21.2	9	12.7	6	8.7	46	16.0
ขึ้นอยู่กับงบประมาณ	18	12.3	22	31.0	47	68.1	88	30.6
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.0</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>288</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3.3 จะพบว่ากลุ่มสมาคม และบริษัทนั้นเลือกสถานที่จัดประชุมจากเสียงส่วนใหญ่ของกรรมการหรือผู้บริหารเป็นอันดับแรก โดยที่กลุ่มสมาคมจะพิจารณาสถานที่จัดประชุมที่ใช้ประจำประกอบการตัดสินใจ ส่วนบริษัทจะพิจารณางบประมาณประกอบการตัดสินใจ

สำหรับกลุ่มภาครัฐเงื่อนไขของการเลือกสถานที่จัดการประชุมนั้นขึ้นอยู่กับงบประมาณเป็นอันดับแรก โดยให้ผู้บริหารตัดสินใจเป็นอันดับรองลงมา

ตารางที่ 3.4 แสดงการเลือกใช้สถานที่ในการจัดประชุมนานาชาติของบริษัท / องค์กร จำแนกตามประเภทของผู้จัดประชุม

สถานที่จัดประชุม	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	4	3.77	-	-	3	1.45	7	2.05
สถานที่ของตนเอง	7	6.60	-	-	87	42.03	94	27.49
โรงแรม	82	77.36	23	79.31	107	51.69	212	61.99
ศูนย์ประชุม	8	7.55	6	20.69	10	4.83	24	7.02
อื่นๆ	5	4.72	-	-	-	-	5	1.46
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>207</b>	<b>100.00</b>	<b>342</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3.4 จะพบว่า การเลือกใช้ประเภทของสถานที่ในการประชุมของทั้ง 3 กลุ่ม มีความเด่นชัดมากดังนี้ การประชุมที่จัดโดยกลุ่มสมาคม และกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77-79 จะเลือกใช้โรงแรมเป็นอันดับแรก ส่วนการประชุมที่จัดโดยกลุ่มองค์กรภาครัฐมีความนิยมในการใช้โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุมเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.69 และรองลงมาอีกร้อยละ 42.03 จะเลือกใช้สถานที่ของตนเองในการจัดการประชุม

### 3.4 พฤติกรรมการจัดการประชุมนานาชาติ

การจัดการประชุมนานาชาตินั้นมักมีการจัดการหลายขั้นตอน และต้องการการจัดการที่ละเอียดและซับซ้อน ดังนั้นการจัดการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ที่มีการเตรียมการนานกว่า 1 ปี มักจะตั้งคณะทำงานเฉพาะขึ้นหรือจ้างบริษัทรับจัดการประชุม เพื่อดำเนินการประสานงานด้านต่างๆ ให้การประชุมนั้นเกิดขึ้นอย่างราบรื่น และได้รับผลตามวัตถุประสงค์

ตารางที่ 3.5 แสดงวิธีการจัดการประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทผู้จัดประชุม

	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จ้างบริษัทที่ปรึกษาดำเนินการด้านประสานงาน และจัดการประชุม	30	20.5	-	-	-	-	30	10.4
จัดการด้านการประสานงานและจัดการประชุมเอง โดยบุคลากรของหน่วยงานของท่าน	116	79.5	71	100.0	68	98.6	257	89.2
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.0</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>287</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3.5 พบว่า การจัดประชุมนานาชาติที่เกิดขึ้นในประเทศส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 89.2 จะจัดการโดยองค์กรผู้จัดเอง มีเพียงส่วนน้อยหรือเพียงร้อยละ 10 ที่จะใช้บริการของ PCOs ทั้งนี้จะพบว่า กลุ่มบริษัท และกลุ่มองค์กรรัฐบาลจะดำเนินการเองทั้งหมด มีเพียงกลุ่มสมาคมเท่านั้นที่จะใช้การบริการของ PCOs โดยมีสัดส่วนของการจัดการครั้งนี้ ร้อยละ 79.5 จะจัดการด้านการประชุมเองโดยบุคลากรขององค์กร และอีกร้อยละ 20.5 จะจ้างบริษัท PCOs ในการจัดการด้านการประชุม



## แนวโน้มธุรกิจ MICE

การวิเคราะห์แนวโน้มในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการ Trend Analysis Method เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์หาแนวโน้มในอีก 3 ปีข้างหน้า โดยได้ใช้การเปรียบเทียบการวิเคราะห์ผลจากตัวแบบ 4 ตัวแบบด้วยกัน คือ

- Linear Model
- Polynomial Model
- Cubic Model
- Exponential Model

ทั้งนี้ได้นำสถิติที่เก็บต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2535–2544 มาใช้ในการวิเคราะห์หาแนวโน้ม และได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 แบบ คือ การวิเคราะห์รูปแบบโดยใช้ข้อมูลปี 2535-2540 (ก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ) การวิเคราะห์รูปแบบโดยใช้ข้อมูลปี 2540-2544 (หลังวิกฤติเศรษฐกิจ) และการวิเคราะห์รูปแบบโดยใช้ข้อมูลปี 2535-2544 เพื่อให้ได้รูปแบบ (Model) ที่เหมาะสมที่สุด

ในบทนี้จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของธุรกิจ MICE ในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ดังนี้

## 4.1 แนวโน้มธุรกิจประชุมนานาชาติ

### (International Conventions / Meetings)

ธุรกิจการประชุมนานาชาติในประเทศไทยนั้นมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สืบเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐทำให้ชาวต่างประเทศรู้จักประเทศไทยมากขึ้น รวมทั้งภาคเอกชนทั้งที่เป็นองค์กร สมาคม และที่เป็นกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ได้ร่วมมือกันในการประมุลงานประชุมขนาดใหญ่เข้ามาประชุมในประเทศไทย ซึ่งมีผลต่อเนื่องมาสู่ความมั่นใจของผู้จัดการประชุมจากต่างประเทศในการใช้สถานที่ (Venue) จัดประชุมในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

ในปี 2540 วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมีผลกระทบทางลบต่อธุรกิจประชุมนานาชาติในประเทศไทยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ในการเสนอการบริการที่มีคุณภาพและราคาที่สมเหตุสมผล และความมีเสถียรภาพทางการเมืองของไทย ทำให้ธุรกิจประชุมนานาชาติกลับมาเติบโตต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.1 แสดงแนวโน้มธุรกิจการประชุมนานาชาติ (International Conventions / Meetings) ในประเทศไทย

พ.ศ.	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
จำนวนครั้ง (Events)	824	803	914	1,324	1,066	1,292	1,373	1,469
ผู้เข้าประชุมชาวต่างประเทศ (Foreign Participants)	68,589	67,042	77,205	98,895	102,953	114,800	129,657	146,632

\* 2545-2547 เป็นตัวเลขประมาณการทางสถิติ\*

จากตารางที่ 4.1 จะพบว่าหากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและปัจจัยต่างๆ ของโลกรวมทั้งของประเทศไทยไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือสถานการณ์ต่างๆ มีแนวโน้มไปในทิศทางที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ธุรกิจการประชุมนานาชาติของไทยใน 3 ปีข้างหน้าจะเติบโตดังนี้ จำนวนครั้งของการประชุม (Events) จะเติบโตในอัตราเฉลี่ย 11.5 % ต่อปีและจำนวนผู้เข้าประชุมจากต่างประเทศ (Foreign Participants) จะเติบโตโดยมีอัตราเฉลี่ย 12.5 % ต่อปี

“ใช้การวิเคราะห์หวัติ Trend Analysis โดยเปรียบเทียบรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดจากรูปแบบ 4 รูปแบบ คือ Linear Model, Polynomial Model, Cubic Model และ Exponential Model

## 4.2 แนวโน้มธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ

### (International Exhibitions)

ตั้งแต่ปี 2535-2540 พบว่าธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยนั้นมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สืบเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและของภูมิภาค ทำให้ประเทศไทยเป็นเป้าหมายทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจต่างๆ ประกอบกับการสร้างศูนย์แสดงสินค้าที่ได้มาตรฐาน ทำให้ธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2540 วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมีผลกระทบทางลบต่อทุกธุรกิจรวมทั้งธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติด้วยเช่นกัน รวมทั้งประเทศจีนได้เปิดประเทศเข้าสู่ระบบการค้าเสรี และยังพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ขึ้นมารองรับนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจทุกกลุ่ม ประกอบกับประเทศจีนถูกมองว่ามีความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและมีกำลังซื้อสูง ทั้งในแง่จำนวนประชากร และมีเม็ดเงินที่หมุนเวียนในประเทศ ทำให้ธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติไปเติบโตที่ประเทศจีนมากกว่าประเทศไทย

ตารางที่ 4.2 แสดงแนวโน้มธุรกิจการจัดแสดงสินค้านานาชาติ (International Exhibitions) ในประเทศไทย

พ.ศ.	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
จำนวนครั้ง (Events)	77	77	76	74	75	74	74	74

\* 2545-2547 เป็นตัวเลขประมาณการทางสถิติ

จากตารางที่ 4.2 พบว่าหากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและทางการเมืองต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากปัจจุบัน ธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยใน 3 ปีข้างหน้าจะมีจำนวนการจัดที่คงที่ไม่มีการเติบโตมากนัก

ทั้งนี้จะพบว่าในปี 2545 ทางสมาคมการแสดงสินค้า(ไทย) ได้มีความพยายามในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจโดยการวางแผนกลยุทธ์ และกำหนดแผนปฏิบัติการอย่างเป็นรูปธรรมขึ้น ดังนั้นอาจมีผลทำให้การเติบโตของธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยในอนาคตอันใกล้ มีการเติบโตกว่าการที่คาดการณ์จากสถิติได้

<sup>1</sup> ใช้การวิเคราะห์วิธี Trend Analysis โดยเปรียบเทียบหารูปแบบที่เหมาะสมที่สุดจากรูปแบบ 4 รูปแบบ คือ Linear Model, Polynomial Model, Cubic Model และ Exponential Model

### 4.3 แนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ

#### (International Incentive Travel)

ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติในประเทศไทยนั้นมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับการประชุมนานาชาติและการแสดงสินค้านานาชาติ ทั้งนี้สืบเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐทำให้ชาวต่างประเทศรู้จักประเทศไทยมากขึ้น รวมทั้งภาคเอกชนที่เป็นกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ได้มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบต่างๆ และผู้ประกอบการเองมีความสามารถในการรองรับการจัดการในรูปแบบที่แตกต่างตามลักษณะของกลุ่มของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คุณภาพของการจัดการของ DMCs ในประเทศไทย และการสอดคล้องประสานการรองรับการจัดการรูปแบบต่างๆ ของโรงแรมและ DMCs ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยเติบโตต่อเนื่อง แม้ในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4.3 แสดงแนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ (International Incentive Travel) ในประเทศไทย

	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
จำนวนกลุ่ม (Groups)	1,652	1,771	2,080	1,832	1,669	1,776	1,952	2,338
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (Incentive Traveler)	115,648	118,539	134,605	164,224	182,877	187,137	200,406	213,675

\* 2545-2547 เป็นตัวเลขประมาณการทางสถิติ\*

จากตารางที่ 4.3 จะพบว่าหากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและปัจจัยต่างๆ ของโลกรวมทั้งของประเทศไทยไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือสถานการณ์ต่างๆ มีแนวโน้มไปในทิศทางที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทยใน 3 ปีข้างหน้าจะเติบโตดังนี้ จำนวนกลุ่มของการท่องเที่ยว (Groups) จะเติบโตในอัตราเฉลี่ย 12.03 %ต่อปี และจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศ (Foreign Incentive Travelers) จะเติบโตโดยมีอัตราเฉลี่ย 5.3% ต่อปี

\* ใช้การวิเคราะห์วิธี Trend Analysis โดยเปรียบเทียบหารูปแบบที่เหมาะสมที่สุดจากรูปแบบ 4 รูปแบบ คือ Linear Model, Polynomial Model, Cubic Model และ Exponential Model

## ข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ และผู้ทำงานในธุรกิจ MICE รวมทั้งการวิเคราะห์ของผู้วิจัยเอง ทั้งนี้ได้แบ่งข้อเสนอแนะออกตามธุรกิจ ดังนี้

### 5.1 ธุรกิจการประชุมนานาชาติ

#### ▪ ด้านสถานที่

##### ปัญหาและข้อเท็จจริง

- ⇒ เนื่องจากการประชุมในแต่ละครั้งนั้นต้องการห้องประชุมขนาดใหญ่ เพื่อรองรับพิธีเปิด-ปิดและห้องประชุมขนาดเล็กลงมาจำนวนหลายห้องเพื่อการแบ่งกลุ่มประชุมในหัวข้อต่างๆที่เกี่ยวข้อง และยังต้องการห้องพักจำนวนมากรองรับผู้ประชุม และผู้ติดตาม ดังนั้นจะพบว่าสถานที่หลายแห่งในประเทศไทยมีสถานที่รองรับบางภาระของการประชุมได้แต่ขาดบางภาระไป เช่น ศูนย์ประชุมตามมหาวิทยาลัยในจังหวัดใหญ่ๆ ของไทย เช่น เชียงใหม่ และขอนแก่น เป็นต้น นั้นมีที่นั่ง 3,000 – 5,000 คน ทุกแห่ง แต่ขาดห้องประชุมขนาดเล็ก (Break Out Room) และห้องพัก ทำให้ผู้จัดการประชุมขนาดใหญ่ยังไม่สนใจเท่าที่ควร แม้ว่าภาพทางกายภาพของจังหวัดเป็นจุดหมายที่น่าท่องเที่ยวมากก็ตาม ส่วนในภูเก็ตนั้นเป็นจุดหมายที่ผู้จัดการประชุมสนใจอย่างยิ่ง รองลงมาจากกรุงเทพ แต่แม้ภูเก็ตมีโรงแรมจำนวนมากแต่ยังไม่มีศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ที่จะสามารถรองรับการประชุมขนาดใหญ่ได้
- ⇒ การประชุมในขนาดไม่เกิน 1,000 คนนั้น ในประเทศไทยมีสถานที่รองรับอยู่หลายจังหวัด เช่น กรุงเทพ เชียงใหม่ เชียงราย พิษณุโลก ขอนแก่น นครราชสีมา ชลบุรี ระยอง เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต กระบี่ และสุราษฎร์ธานี เป็นต้น
- ⇒ การประชุมขนาดใหญ่มากกว่า 1,000 คน มีจังหวัดที่สามารถรองรับการประชุมขนาดดังกล่าวได้เพียง 4 จังหวัดใหญ่ๆ คือ กรุงเทพ เชียงใหม่ ภูเก็ต และพัทยา
- ⇒ ในพื้นที่สมุย การประชุมนานาชาติในปี 2544 มีการเติบโตเพิ่มขึ้น หากแต่โรงแรมในสมุยมีเพียง 2-3 แห่งเท่านั้นที่สามารถรองรับการประชุมที่มากกว่า 100 คน และธุรกิจโรงแรมในพื้นที่เองนั้นเน้นการขายไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปมากกว่าการประชุม

### ข้อเสนอแนะ

- ⇒ ในจังหวัดที่เป็นจุดหมายที่สำคัญ เช่น เชียงใหม่ และขอนแก่น รัฐควรพิจารณาการเข้าไปเสริมในจุดที่ขาดแคลนในที่นั้นๆ เช่น การเชื่อมโยงระหว่างศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ตามมหาวิทยาลัย กับโรงแรมที่พักในจังหวัด โดยการทำให้ศูนย์ประชุมดังกล่าวนั้นมีความสมบูรณ์ขึ้น เช่น การสนับสนุนงบประมาณให้สร้างห้องประชุมเล็ก (Break-Out Room) เพิ่มขึ้น ในบริเวณเดียวกันกับศูนย์ประชุมฯ เพื่อรองรับการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ได้ครบทุกภาระ จะทำให้เกิดการใช้ประโยชน์ศูนย์ประชุมตามมหาวิทยาลัยอย่างเต็มกำลัง รวมทั้งทำให้โรงแรมที่พักในเชียงใหม่ได้รองรับผู้ร่วมประชุมขนาดใหญ่มากขึ้นอีกด้วย
- ⇒ ส่วนในภูเก็ต ในปี 2544 มีการหาคัดวงของการประชุมนานาชาติ แต่อย่างไรก็ดีความเป็นภูเก็ตที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งบันเทิงครบครัน ทำให้ภูเก็ตยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในธุรกิจการประชุมนานาชาติ

### ■ ด้านบุคลากร

#### ปัญหาและข้อเท็จจริง

- ⇒ เนื่องจากการประชุมนานาชาติมักจะเป็นการประสานงานระหว่างประเทศ ดังนั้นภาษาจึงเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งในธุรกิจนี้ นอกจากภาษาแล้วการประสานงานด้านการจัดการประชุมนานาชาติยังต้องการความเชี่ยวชาญในเนื้อหา ลำดับของงาน และความละเอียดในทุกขั้นตอน ในธุรกิจนี้ประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรดังกล่าว ในธุรกิจจึงต้องจ้างบุคลากรจากต่างประเทศมาดูแล และความไม่พร้อมในด้านบุคลากรในต่างจังหวัดจะมีมากกว่าในกรุงเทพฯ
- ⇒ การขาดแคลนบุคลากรดังกล่าวมีผลต่อเหตุให้ผู้จัดการประชุมในต่างประเทศเกิดความไม่มั่นใจในการจัดการ
- ⇒ การจัดประชุมนานาชาติขนาดใหญ่บางงานจำเป็นต้องมีการจัดการล่วงหน้า 3 - 4 ปี บุคลากรของโรงแรมในประเทศไทยมีการสับเปลี่ยนงานและเข้า-ออกถี่มาก ทำให้บุคลากรของโรงแรมขาดความตั้งใจในการประสานงาน และไม่มีความต่อเนื่องของการทำงาน

### ข้อเสนอแนะ

- ⇒ ในการสนับสนุนธุรกิจนี้ของรัฐบาลนอกจากการสนับสนุนงบประมาณในด้านอื่นๆ แล้ว การสนับสนุนงบประมาณในด้านการพัฒนาบุคลากรก็เป็นสิ่งจำเป็นยิ่งเช่นกัน โดยการสนับสนุนการจัดอบรมพนักงานในสายงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจนี้ให้เกิดความเชี่ยวชาญ และมีทักษะมากขึ้น และการสนับสนุนสถาบันการศึกษาในการสร้างบุคลากรในสายงานที่ได้มาตรฐานออกมาทำงานในภาค

ธุรกิจต่อไป โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยที่รัฐเข้าไปสนับสนุนการก่อสร้างห้องประชุมให้สมบูรณ์ขึ้นนั้น สามารถผลักดันให้เกิดการเรียนภาคปฏิบัติในสถานที่ให้บริการของมหาวิทยาลัยเองอีกด้วย

#### ▪ ด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวม

##### ปัญหาและข้อเท็จจริง

⇒ การประชุมนานาชาตินั้นมีหลายขนาดด้วยกัน ทั้งขนาด ไม่เกิน 50 คน ไปจนถึงขนาดหมื่นคน ใน การประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย จึงมีหลายขนาดด้วยกัน กล่าว คือ การประชุมขนาดใหญ่จำเป็นต้องดำเนินการโดยความร่วมมือของทุกฝ่ายทั้งรัฐ และเอกชน รวมทั้ง สมาคมเจ้าภาพในประเทศไทยเอง เพื่อประสานให้เกิดการประชุมในประเทศไทยขึ้น การประชุม ขนาดใหญ่นี้ จะนำมาสู่ผลประโยชน์ต่อเนื่องมากมาย เช่น ทำให้นานาชาติรู้จักประเทศไทยในฐานะ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีบริการเป็นมาตรฐานสากล และมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ผลต่อ เนื่องที่จะเกิดต่อไป คือ การตัดสินใจจัดประชุมในประเทศไทยของนานาชาติจะมั่นใจมากขึ้น นำมาสู่การประชุมขนาดเล็กลงมามากขึ้น และมีการท่องเที่ยวทั่วไปเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นการ ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้จะเป็นการประชาสัมพันธ์แบบประชิดตัว และต้องใช้ลงทุน งบประมาณสูงพอสมควร

⇒ ส่วนการประชุมในขนาดเล็กลงมาการประชุมในภาพรวมของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะ กระทบต่อกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และการประชุมขนาดเล็กลงมาจากกลุ่มสมาคมนานาชาติที่มี สาขาในประเทศนั้น จะใช้งบประมาณในการชักจูงให้เกิดการประชุมในประเทศไม่สูงมาก หากแต่ ต้องกระตุ้นและจูงใจสมาคมเหล่านั้นให้เป็นผู้จัดการประชุมในประเทศขึ้น

⇒ ในปี 2544 นี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กระตุ้นให้เกิดการประชุมนานาชาติโดยการใช้โครง การ “The Place To Meet, amazing Thailand” ขึ้นโดยให้ผลประโยชน์มากมายกับผู้จัดการประชุม นานาชาติ โดยคาดว่าจะกระตุ้นให้เกิดการขายตัวในธุรกิจ MICE

##### ข้อเสนอแนะ

⇒ กระตุ้นผู้ประสานงานหลักหรือเจ้าของงาน คือ สมาคม องค์กรของรัฐ ที่น่าจะมาเป็นเจ้าภาพในการ ประชุมนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เช่นกัน ซึ่งรัฐเองได้ทำโครงการ “The Place To Meet, amazing Thailand” ดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตาม นอกจากผลประโยชน์ที่เป็นเงินหรือสิ่งของแล้ว ผลประโยชน์ เชิงวิชาการก็น่าถูกหยิบยกขึ้นมาใช้กระตุ้นเชิงจิตวิทยาด้วย กล่าวคือ การประชุมนานาชาติของ สมาคมต่างๆ มักเป็นการแลกเปลี่ยนวิทยากร และองค์ความรู้ใหม่ๆ รวมทั้งความคิดเห็นของคนใน กลุ่มอาชีพเดียวกันซึ่งกันและกัน ดังนั้นการนำผลประโยชน์ต่างๆ ที่กลุ่มอาชีพนั้นๆ ได้รับระหว่าง การประชุม โดยสมาชิกในประเทศสามารถร่วมประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ โดยไม่ต้องเดินทางไกลที่มี ค่าใช้จ่ายสูงมาก มาประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางในประเทศ เพื่อกระตุ้นให้สมาคมทั้งเล็กและใหญ่ และสมาชิกสมาคมดังกล่าวในประเทศ มองเห็นประโยชน์ทางวิชาชีพอย่างเป็นรูปธรรม และ

กระตือรือร้นที่จะเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติขึ้น สิ่งเหล่านี้จะนำมาสู่การประชุมนานาชาติ  
ของกลุ่มสมาคม และองค์กรของรัฐมากขึ้น ทั้งการประชุมขนาดกลางและเล็ก



## 5.2 ธุรกิจการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ

### ปัญหาและข้อเท็จจริง

- ⇒ การแสดงสินค้านานาชาติเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง คือ สถานที่จัดแสดงสินค้าจะต้องสามารถอำนวยความสะดวก และมีความเหมาะสมในการแสดงสินค้า ตั้งแต่พื้นที่ที่สามารถรองรับการจัดแสดงในรูปแบบต่างๆ อุปกรณ์พื้นฐาน Bonded Customs Area และห้องประชุมที่สามารถจัดประชุมในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการแสดงสินค้า เป็นต้น ปัจจุบันประเทศไทยมีศูนย์แสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่รองรับทั้งการแสดงสินค้า และการประชุมนานาชาติอยู่ 5 แห่ง และในจำนวน 5 แห่งนั้นมี 2 แห่งที่สามารถรองรับการแสดงสินค้าขนาดใหญ่ได้เป็นอย่างดี คือ BITEC และ IMPACT
- ⇒ สิ่งที่สำคัญยิ่งอีกสิ่งหนึ่งคือ กลุ่มเป้าหมายของการแสดงสินค้า ประเทศที่จัดจะต้องเป็นศูนย์กลางของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในประเทศผู้จัดเองและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเดียวกัน ดังนั้นการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง และการเดินทางที่สะดวกมีที่พักรองรับ มีการเข้าถึงสถานที่จัดได้สะดวกยอมทำให้ผู้ร่วมแสดงสินค้าน้องเห็นความสำเร็จของการร่วมแสดงสินค้าในไทยมากขึ้น
- ⇒ BITEC นั้นได้ก่อสร้างไว้เพื่อการแสดงสินค้าโดยเฉพาะทำให้สถานที่เหมาะสมกับการจัดการแสดงสินค้านานาชาติเป็นอย่างดี แต่ระบบการขนส่งมวลชนที่ยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกกับกลุ่มผู้เยี่ยมชมนักท่องเที่ยวได้ไม่คล่องตัว แม้กลุ่มเป้าหมายที่เป็น Trader จะสามารถเดินทางโดยการจัดการของ PEO ได้อย่างสะดวกก็ตาม แต่หากการขนส่งมวลชนไม่สมบูรณ์จะทำให้การขยายตัวของกลุ่มเป้าหมายที่จะมาเยี่ยมชมไม่ขยายตัวเท่าที่ควร สิ่งเหล่านี้จะส่งผลมาสู่การคาดหวังของผู้ร่วมแสดงสินค้าที่ต้องการผู้เยี่ยมชมจำนวนมากและมีผลประโยชน์ต่อเนื่องทางธุรกิจกลับไป
- ⇒ ประเทศคู่แข่งของไทยนั้นคือ สิงคโปร์และฮ่องกง มีข้อเด่นหลายประการ กล่าวคือ ทั้ง 2 ประเทศมีการจัดการแสดงสินค้านานาชาติ และมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวย ทั้งความสะดวกในการเดินทางระหว่างที่พักกับสถานที่จัดแสดงสินค้า และการเดินทางระหว่างพื้นที่ต่างๆ รวมทั้งยังมีข้อเด่นในเรื่องของการละเว้นภาษี แม้ในประเทศไทยจะมีการแก้ปัญหาเรื่องการเดินทางโดยการจัด Shuttle Bus แล้วก็ตาม แต่ยังเป็นจุดด้อยที่เปรียบเทียบได้ชัดเจน ส่วนด้านภาษีนั้น BITEC ได้ เพิ่มคลังสินค้าทันสมัยไว้อำนวยความสะดวกแก่ Exhibitor เพื่อไว้สำหรับการรับ-ส่งสินค้า ก่อนและหลังการแสดงสินค้า โดยไม่ต้องเสียภาษี
- ⇒ ในข้อเท็จจริงศูนย์แสดงสินค้านานาชาติในประเทศอื่นๆ จะเกิดจากการลงทุนของภาครัฐ แต่ในประเทศไทยกลับลงทุนโดยเอกชน ทำให้ขาดการเชื่อมโยงในด้านนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ ดังนั้นรัฐควรมีการเชื่อมโยงกับเอกชนที่ใกล้ชิดขึ้นเพื่อพัฒนาธุรกิจนี้

- ⇒ ประการที่สำคัญ คือ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนี้ ประเทศที่เป็นเป้าหมายหลัก ที่โลกจับตามองคือ จีน ซึ่งเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตรายใหญ่ รวมทั้งฮ่องกงยังเป็นศูนย์กลางแสดงสินค้าที่เอื้ออำนวยอย่างยิ่ง ดังนั้นการแสดงสินค้าขนาดใหญ่ทั้งหลายมักจะเกิดขึ้นที่ฮ่องกง และในจีนเองก็มีการลงทุนด้านศูนย์แสดงสินค้าเพิ่มขึ้นอีกหลายจุด
- ⇒ ในปี 2544-45 สมาคมการค้าแสดงสินค้า(ไทย) โดยการสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีความพยายามในการกำหนดแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ และคาดหวังให้ธุรกิจการค้าแสดงสินค้าในประเทศไทยจะเติบโตไปในทิศทางที่ดี

#### ข้อเสนอแนะ

- ⇒ รัฐควรเข้าไปสนับสนุนช่วยเหลือในด้านการคมนาคม และการขนส่งมวลชน ให้เกิดความสะดวกสบายในการเข้าถึงศูนย์แสดงสินค้าขนาดใหญ่ดังกล่าวทั้ง BITEC และ IMPACT ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายทั้ง Trader และ Customer ที่เดินทางอิสระสามารถเข้าถึงการแสดงสินค้าได้ง่ายขึ้น จะส่งผลให้ผู้ชมมีมากขึ้น และผู้แสดงสินค้านี้มีความพอใจมากขึ้นที่จะมาร่วมแสดงสินค้าในไทย
- ⇒ ปัจจุบันกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เป็นเจ้าภาพจัดการแสดงสินค้านานาชาติปีละ 11 ครั้งทุกปี โดยมีขนาดใหญ่มากขึ้นและสามารถชักชวนผู้ร่วมแสดงสินค้าได้ปีละ 1,172 ราย และผู้ชมการค้าได้ไม่ต่ำกว่า 28,000 ราย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีช่องทางการเชิญชวนผู้แสดงสินค้าและผู้เยี่ยมชมคือ ผู้แทนการค้าในประเทศต่างๆ และมีโครงการจะขยายช่องทางการเชิญผู้เยี่ยมชมอีก ดังนั้น การร่วมมือของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมการค้าแสดงสินค้าแห่งประเทศไทย จะทำให้ช่องทางการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศนั้นกว้างขวางยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมและผู้แสดงสินค้าจากต่างประเทศมีเพิ่มมากขึ้น
- ⇒ เนื่องจากกลุ่มผู้ชมงานแสดงสินค้า (กลุ่มเป้าหมาย) เป็นกลุ่มที่สำคัญที่จะก่อให้เกิดการค้าแสดงสินค้าขึ้น ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศและประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นเป้าหมายจะมาเยี่ยมชมเป็นสิ่งสำคัญไม่น้อยไปกว่าข้อมูลด้านสถานที่จัด ข้อมูลเหล่านี้จะบอกให้ผู้จัดการแสดงสินค้านั้นทราบว่า การแสดงสินค้านั้นจะเหมาะสมกับแถบภูมิภาคนี้ และประเทศไทยนั้นมีความเหมาะสมเพียงใดในการเป็นศูนย์กลางที่ผู้จัดจะจัดการแสดงสินค้าที่ภูมิภาคนี้

## 5.3 ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ

### ▪ ด้านการตลาด

#### ปัญหาและข้อเท็จจริง

⇒ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวและกลุ่มที่มาท่องเที่ยว ก่อนช่วงโควิด หรือเพิ่มขึ้น-ลดลงในระดับคงที่ เนื่องจากการเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายหรือกระตุ้นประสิทธิภาพการทำงานนั้น มักหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวไปเพื่อให้เกิดความเร้าใจ และไม่จำเจต่อกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ดังนั้นการหมุนเวียนกลับมาให้บริการในจุดหมายเดิมของบริษัทหนึ่งๆ ต้องใช้เวลาระยะหนึ่งอย่างน้อย 4-5 ปี ดังนั้นทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว จึงค่อนข้างคงที่

#### ข้อเสนอแนะ

⇒ รัฐต้องเข้าไปช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตลาดของ Incentive Travel นั้นขยายตัว และมีฐานลูกค้าที่กว้างขวางขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้ ในประเทศที่มีความต้องการด้านนี้จำนวนมาก คือ อเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น

### ▪ ด้านสถานที่ และบุคลากร

#### ปัญหาและข้อเท็จจริง

⇒ เนื่องจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ตื่นใหม่และน่าประทับใจตลอดรายการ โดยที่ผู้นำในการจัดการโปรแกรมต่างๆ คือ บริษัท DMC ทั้งนี้ DMC ย่อมต้องการการสนับสนุนจากโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ในการจัดการโปรแกรมดังกล่าวนี้ให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า โรงแรมในจังหวัดที่จะเดินทางไปนั้นต้องสามารถรองรับความต้องการดังกล่าวได้ด้วย โรงแรมที่สามารถรองรับโปรแกรมที่สร้างสรรค์ดังกล่าวต้องมีบุคลากรที่มีทักษะ มีสภาพทางกายภาพของโรงแรมที่เหมาะสม เช่น การตกแต่ง ระดับห้องพัก และคุณภาพของห้องอาหารเป็นต้น ดังนั้นทำให้เกิดข้อจำกัดของโรงแรมเกิดขึ้น กล่าวคือโรงแรมที่สามารถเข้ามามาตรฐานดังกล่าวจะมีในจังหวัดใหญ่ๆ ซึ่งคือโรงแรมที่เป็นโรงแรม 5 ดาวนั่นเอง (ยกเว้นกรณี จัดโปรแกรมให้มีการผจญภัยเล็กน้อย เช่นการนอนแพ เป็นต้น) ส่วนโรงแรมที่ไม่เคยให้บริการด้านนี้จะไม่รู้จักนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เลย ดังนั้นโปรแกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะวนเวียนอยู่ในจังหวัดไม่กี่จังหวัด และทำให้จังหวัดอื่นขาดโอกาส รวมทั้งลดความหลากหลายของประเทศลง เพราะ DMC จำเป็นต้องเลือกพื้นที่เป็นบางพื้นที่เท่านั้น

⇒ ในด้านบริษัท DMC เองนั้นยังขาดแคลนพนักงานผู้มีประสบการณ์และมีความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างสรรค์โปรแกรมที่น่าประทับใจแปลกใหม่มาเสนอลูกค้า และสามารถผลิตเอกสารที่จะนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวให้กับลูกค้าอย่างเป็นรูปธรรม

### ข้อเสนอแนะ

- ⇒ รัฐควรเข้าไปสนับสนุนและชี้ให้ภาคธุรกิจเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อโรงแรมที่มีศักยภาพเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และจัดหาบุคลากรมารองรับ จะทำให้การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจะหลากหลายขึ้น เพราะมีพื้นที่ให้เลือกมากขึ้น
- ⇒ สนับสนุนให้มีการอบรมพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับงานในบริษัท DMC

## ภาคผนวก 1

---

สถิติการประชุมนานาชาติปี 2544

(Meetings and Conventions)

ตารางภาคผนวกที่ 1.1 จำนวนครั้งและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำนวนตามจังหวัด ปี 2542-2544

จังหวัด	2542				2543				2544				% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544			
	จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม		
		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย
<b>ภาคกลาง</b>	<b>437</b>	<b>64,035</b>	<b>49,684</b>	<b>14,351</b>	<b>663</b>	<b>59,564</b>	<b>45,126</b>	<b>14,438</b>	<b>537</b>	<b>86,543</b>	<b>62,830</b>	<b>23,713</b>	<b>-19.00</b>	<b>45.29</b>	<b>39.23</b>	<b>64.24</b>
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	387	59,859	46,010	13,849	624	57,497	43,301	14,196	466	81,942	59,166	22,776	-25.32	42.52	36.64	60.44
ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน)	26	1,542	1,345	197	25	812	753	59	42	1,502	1,110	392	68.00	84.98	47.41	564.41
เพชรบุรี (ชะอำ)	24	2,634	2,329	305	14	1,255	1,072	183	29	3,099	2,554	545	107.14	146.93	138.25	197.81
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>ภาคเหนือ</b>	<b>93</b>	<b>7,880</b>	<b>5,697</b>	<b>2,183</b>	<b>116</b>	<b>19,029</b>	<b>15,277</b>	<b>3,752</b>	<b>113</b>	<b>13,362</b>	<b>9,700</b>	<b>3,662</b>	<b>-2.59</b>	<b>-29.78</b>	<b>-36.51</b>	<b>-2.40</b>
เชียงใหม่	83	6,951	5,289	1,662	90	17,475	14,072	3,403	83	10,747	7,510	3,237	-7.78	-38.50	-46.63	-4.88
เชียงราย	10	929	408	521	26	1,554	1,205	349	27	1,575	1,170	405	3.85	1.35	-2.90	16.05
-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1,040	1,020	20	-	-	-	-
<b>ภาคใต้</b>	<b>324</b>	<b>24,127</b>	<b>19,451</b>	<b>4,676</b>	<b>481</b>	<b>29,675</b>	<b>23,760</b>	<b>5,915</b>	<b>339</b>	<b>23,215</b>	<b>20,732</b>	<b>2,483</b>	<b>-29.52</b>	<b>-21.77</b>	<b>-12.74</b>	<b>-58.02</b>
สุราษฎร์ธานี	15	617	515	102	4	286	286	0	28	1,298	847	451	600.00	353.85	196.15	-
สงขลา (หาดใหญ่)	10	1,940	1,678	262	27	1,784	1,641	143	27	1,831	1,668	163	-	2.63	1.65	13.99
ภูเก็ต	299	21,570	17,258	4,312	450	27,605	21,833	5,772	280	19,626	17,967	1,659	-37.78	-28.90	-17.71	-71.26
-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	460	250	210	-	-	-	-
<b>ภาคตะวันออก</b>	<b>41</b>	<b>2,479</b>	<b>1,828</b>	<b>651</b>	<b>42</b>	<b>13,213</b>	<b>12,460</b>	<b>753</b>	<b>71</b>	<b>12,297</b>	<b>9,019</b>	<b>3,278</b>	<b>69.05</b>	<b>-6.93</b>	<b>-27.62</b>	<b>335.33</b>
ชลบุรี (พัทยา)	41	2,479	1,828	651	36	12,379	11,749	630	67	12,173	8,940	3,233	86.11	-1.66	-23.91	413.17
-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	124	79	45	-	-	-	-
<b>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</b>	<b>19</b>	<b>1,112</b>	<b>545</b>	<b>567</b>	<b>31</b>	<b>3,653</b>	<b>2,983</b>	<b>670</b>	<b>6</b>	<b>1,009</b>	<b>672</b>	<b>337</b>	<b>-80.65</b>	<b>-72.38</b>	<b>-77.47</b>	<b>-49.70</b>
ขอนแก่น	-	-	-	-	6	834	711	123	3	350	116	234	-50.00	-58.03	-83.68	90.24
อื่นๆ	19	1,112	545	567	25	2,819	2,272	547	3	659	556	103	-88.00	-76.62	-75.53	-81.17
<b>รวม</b>	<b>914</b>	<b>99,633</b>	<b>77,205</b>	<b>22,428</b>	<b>1,327</b>	<b>124,300</b>	<b>98,895</b>	<b>25,405</b>	<b>1,066</b>	<b>136,426</b>	<b>102,953</b>	<b>33,473</b>	<b>-19.67</b>	<b>9.76</b>	<b>4.10</b>	<b>31.76</b>

หมายเหตุ: ปริมณฑล หมายถึง นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี และนครปฐม

ตารางภาคผนวกที่ 1.2 จำนวนครั้งของการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามขนาดของการประชุมปี 2543-2544

จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม	2543				2544				% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544			
	รวม	Inter-national	Regional	National Offshore	รวม	Inter-national	Regional	National Offshore	รวม	Inter-national	Regional	National Offshore
น้อยกว่า 51	778	188	206	383	608	202	209	197	-21.85	7.45	1.46	-48.56
51-100	237	70	79	87	219	73	72	74	-7.59	4.29	-8.86	-14.94
101-200	188	72	48	68	131	58	49	24	-30.32	-19.44	2.08	-64.71
201-300	63	27	17	19	39	20	11	8	-38.10	-25.93	-35.29	-57.89
301-400	24	15	4	5	19	11	5	3	-20.83	-26.67	25.00	-40.00
401-500	9	4	3	1	20	11	8	1	122.22	175.00	166.67	-
501-1,000	19	15	2	2	23	15	5	3	21.05	-	150.00	50.00
มากกว่า 1,000	10	9	1	-	7	5	1	1	-30.00	-44.44	-	-
<b>รวม</b>	<b>1,327</b>	<b>401</b>	<b>361</b>	<b>565</b>	<b>1,066</b>	<b>395</b>	<b>360</b>	<b>311</b>	<b>-19.67</b>	<b>-1.50</b>	<b>-0.28</b>	<b>-44.96</b>

ตารางภาคผนวกที่ 1.3 จำนวนครั้งการจัดและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมในประเทศไทยจำแนกตามประเภทการประชุมปี2542-2544

ประเภทการประชุม	2542				2543				2544				%การเปลี่ยนแปลง2543-2544				
	จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			
		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย	
<b>International Convention</b>																	
- International Events	332	52,462	38,356	14,106	401	61,774	50,933	17,864	395	51,687	36,846	14,841	-1.50	-16.33	-27.66	-16.92	
- Regional Events	350	31,728	25,654	6,074	361	24,483	17,773	4,877	360	64,841	49,525	15,316	-0.28	164.84	178.65	214.05	
- National Offshore Events	232	15,443	13,195	2,248	565	38,043	30,188	2,700	311	19,898	16,582	3,316	-44.96	-47.70	-45.07	22.81	
<b>รวม</b>	<b>914</b>	<b>99,633</b>	<b>77,205</b>	<b>22,428</b>	<b>1,327</b>	<b>124,300</b>	<b>98,895</b>	<b>25,405</b>	<b>1,066</b>	<b>136,426</b>	<b>102,953</b>	<b>33,473</b>	<b>-19.67</b>	<b>9.76</b>	<b>4.10</b>	<b>31.76</b>	

ตารางภาคผนวกที่ 1.4 จำนวนครั้งการจัดและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม Association Meeting ในประเทศไทยจำแนกตามประเภทการประชุมปี2542-2544

ประเภทการประชุม	2542				2543				2544				%การเปลี่ยนแปลง2543-2544			
	จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม		
		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย
- International Events	214	43,313	31,795	11,518	230	32,516	24,332	13,974	108	25,714	18,349	7,365	-53.04	-20.92	-24.59	-47.29
- Regional Events	191	19,901	15,964	3,937	113	13,901	10,164	2,635	94	34,763	25,040	9,723	-16.81	150.08	146.36	268.99
- National Offshore Events	88	5,721	4,970	751	39	4,546	3,423	664	27	2,921	2,233	688	-30.77	-35.75	-34.76	3.61
<b>รวม</b>	<b>493</b>	<b>68,935</b>	<b>52,729</b>	<b>16,206</b>	<b>382</b>	<b>50,962</b>	<b>37,918</b>	<b>17,273</b>	<b>229</b>	<b>63,398</b>	<b>45,622</b>	<b>17,776</b>	<b>-40.05</b>	<b>24.40</b>	<b>20.32</b>	<b>2.91</b>

\*ปี 2542 กลุ่ม Association Meeting เป็นข้อมูลรวมทั้งกลุ่ม Association และ Government Meeting และในปี2543-44ได้แยกกลุ่ม Government Meeting ออกจากกลุ่ม Association Meeting



ตารางภาคผนวกที่ 1.5 จำนวนครั้งการจัดและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม Corporate Meeting ในประเทศไทยจำแนกตามประเภทการประชุมปี2542-2544

ประเภทการประชุม	2542				2543				2544				%การเปลี่ยนแปลง2543-2544			
	จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม		
		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย
- International Events	118	9,149	6,561	2,588	115	22,906	21,464	1,867	208	15,231	11,030	4,201	80.87	-33.51	-48.61	125.01
- Regional Events	159	11,827	9,690	2,137	164	7,682	5,814	1,094	175	16,458	13,595	2,863	6.71	114.24	133.83	161.70
- National Offshore Events	144	9,722	8,225	1,497	483	32,241	26,252	1,057	253	14,518	13,429	1,089	-47.62	-54.97	-48.85	3.03
<b>รวม</b>	<b>421</b>	<b>30,698</b>	<b>24,476</b>	<b>6,222</b>	<b>762</b>	<b>62,830</b>	<b>53,530</b>	<b>4,017</b>	<b>625</b>	<b>46,207</b>	<b>38,054</b>	<b>8,153</b>	<b>-17.98</b>	<b>-26.46</b>	<b>-28.91</b>	<b>102.96</b>

ตารางภาคผนวกที่ 1.6 จำนวนครั้งการจัดและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม Government Meeting ในประเทศไทยจำแนกตามประเภทการประชุมปี2543-2544

ประเภทการประชุม	2543				2544				%การเปลี่ยนแปลง2543-2544			
	จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม		
		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย
- International Events	56	6,353	5,137	2,024	79	10,742	7,467	3,275	41.07	69.09	45.36	61.81
- Regional Events	84	2,900	1,796	1,148	91	13,620	10,890	2,730	8.33	369.66	506.35	137.80
- National Offshore Events	43	1,256	513	980	31	2,459	920	1,539	-27.91	93.78	79.34	57.04
<b>รวม</b>	<b>183</b>	<b>10,508</b>	<b>7,446</b>	<b>4,152</b>	<b>201</b>	<b>26,821</b>	<b>19,277</b>	<b>7,544</b>	<b>9.84</b>	<b>155.24</b>	<b>158.89</b>	<b>81.70</b>

ตารางภาคผนวกที่ 1.7 จำนวนครั้งการจัดและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทยจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมประชุมปี 2544

ประเภทการประชุม	2544			
	จำนวน ครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม		
		รวม	ต่างประเทศ	ไทย
Association Meetings	229	63,398	45,622	17,776
Government Meetings	201	26,821	19,277	7,544
Corporate Meetings	636	46,207	38,054	8,153
<b>รวม</b>	<b>1,066</b>	<b>136,426</b>	<b>102,953</b>	<b>33,473</b>

ตารางภาคผนวกที่ 1.8 จำนวนครั้งของการประชุมและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทยจำนวนกตามหัวข้อการประชุมปี 2542-2544

หัวข้อการประชุม	2542				2543				2544				%การเปลี่ยนแปลง 2543-2544			
	จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม			จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม		
		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย		รวม	ต่างประเทศ	ไทย
Agriculture	67	3,334	2,424	910	55	1,763	885	931	20	4,081	2,650	1,431	-63.64	131.48	199.44	53.71
Building/Construction	9	1,202	204	998	15	952	579	614	12	1,392	1,188	204	-20.00	46.22	105.18	-66.78
Arts & Culture	28	7,613	1,437	6,176	32	3,354	867	3,964	27	3,028	2,281	747	-15.63	-9.72	163.09	-81.16
Commerce	56	4,528	3,498	1,030	162	15,415	14,147	1,272	93	7,280	5,581	1,699	-42.59	-52.77	-60.55	33.57
Ecology & Environment	51	4,466	3,901	565	52	2,755	2,158	452	23	5,086	4,049	1,037	-55.77	84.61	87.63	129.42
Banking & Finance	22	2,367	2,237	130	51	9,464	7,929	1,402	54	22,765	13,987	8,778	5.88	140.54	76.40	526.11
Education	40	4,827	3,924	903	42	3,567	2,414	1,092	55	7,430	5,566	1,864	30.95	108.30	130.57	70.70
Manufacturing	40	3,982	3,472	510	61	7,108	6,245	735	55	7,254	6,098	1,156	-9.84	2.05	-2.35	57.28
Professional	38	6,564	4,514	2,050	29	2,478	1,354	1,313	36	2,034	1,769	265	24.14	-17.92	30.65	-79.82
Management	121	9,049	7,637	1,412	217	19,395	16,127	3,060	74	9,747	7,980	1,767	-65.90	-49.74	-50.52	-42.25
Medical Science	146	18,922	16,079	2,843	164	15,849	11,426	3,955	132	24,188	17,429	6,759	-19.51	52.62	52.54	70.90
Mining/Quarrying	30	4,860	3,601	1,259	22	1,764	1,044	774	5	353	292	61	-77.27	-79.99	-72.03	-92.12
Safety & Security	11	534	488	46	23	1,529	1,101	403	15	714	608	106	-34.78	-53.30	-44.78	-73.70
Science	24	2,978	2,146	832	29	2,438	1,427	1,065	17	1,889	1,633	256	-41.38	-22.52	14.44	-75.96
Social Science	62	7,471	6,467	1,004	58	6,480	5,330	927	56	8,438	6,765	1,673	-3.45	30.22	26.92	80.47
Sport & Leisure	4	607	295	312	4	1,218	1,084	192	16	2,026	1,772	254	300.00	66.34	63.47	32.29
Technology	51	8,009	7,948	61	135	12,913	11,317	1,021	114	8,959	8,101	858	-15.56	-30.62	-28.42	-15.96
Transport & Communication	36	2,041	1,507	534	74	3,058	2,033	1,049	91	6,056	4,497	1,559	22.97	98.04	121.20	48.62
Travel & Tourism	24	3,049	3,008	41	55	5,211	4,528	469	44	2,089	1,606	483	-20.00	-59.91	-64.53	2.99
NGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Merchandise	-	-	-	-	-	-	-	-	96	8,971	6,822	2,149	-	-	-	-
Service	-	-	-	-	-	-	-	-	17	1,248	1,124	124	-	-	-	-
Other	54	3,230	2,417	813	49	7,589	6,900	717	14	1,398	1,155	243	-71.43	-81.58	-83.26	-66.11
<b>Total</b>	<b>914</b>	<b>99,633</b>	<b>77,204</b>	<b>22,429</b>	<b>1,327</b>	<b>124,300</b>	<b>98,895</b>	<b>25,405</b>	<b>1,066</b>	<b>136,426</b>	<b>102,953</b>	<b>33,473</b>	<b>-19.67</b>	<b>9.76</b>	<b>4.10</b>	<b>31.76</b>

ตารางภาคผนวกที่ 1.9 จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทยจำแนกตามดินที่อยู่ปี 2539-2544

ประเทศต้นกำเนิด	2539		2540		2541		2542		2543		2544		%การเปลี่ยนแปลง 2543-2544
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	ร้อยละ
อเมริกา	5,418	4.40	4,737	5.07	4,326	4.79	6,034	6.06	7,170	5.77	5,021	3.68	-29.97
แคนาดา	1,641	1.33	2,491	2.66	2,563	2.84	2,007	2.01	922	0.74	618	0.45	-32.97
เบลเยียม	1,363	1.11	1,664	1.78	1,398	1.55	1,259	1.26	512	0.41	412	0.30	-19.53
ฝรั่งเศส	2,552	2.07	2,783	2.98	2,990	3.31	2,495	2.50	1,297	1.04	926	0.68	-28.60
เยอรมัน	2,759	2.24	2,732	2.92	2,236	2.48	2,627	2.64	1,594	1.28	886	0.65	-44.42
อิตาลี	1,919	1.56	2,097	2.24	2,215	2.45	1,928	1.94	1,253	1.01	1,017	0.75	-18.83
เนเธอร์แลนด์	1,380	1.12	1,461	1.56	1,235	1.37	1,227	1.23	579	0.47	419	0.31	-27.63
สเปน	1,425	1.16	1,569	1.68	1,324	1.47	1,323	1.33	502	0.4	787	0.58	56.77
สวีตเซอร์แลนด์	1,348	1.10	1,644	1.76	1,032	1.14	1,244	1.25	867	0.7	396	0.29	-54.33
อังกฤษ	2,774	2.25	2,889	3.09	2,829	3.13	3,373	3.39	2,234	1.8	1,350	0.99	-39.57
ออสเตรเลีย	4,331	3.52	3,724	3.98	5,985	6.63	6,151	6.17	7,687	6.18	5,877	4.31	-23.55
นิวซีแลนด์	2,013	1.64	1,894	2.03	2,160	2.39	1,724	1.73	819	0.66	381	0.28	-53.48
อินเดีย	1,591	1.29	1,970	2.11	2,465	2.73	2,453	2.46	2,467	1.98	3,233	2.37	31.05
ญี่ปุ่น	5,268	4.28	4,600	4.92	3,321	3.68	4,574	4.59	5,517	4.44	3,478	2.55	-36.96
เกาหลี	3,088	2.51	1,846	1.97	1,440	1.60	2,240	2.25	2,263	1.82	2,179	1.60	-3.71
มาเลเซีย	4,284	3.48	5,001	5.35	4,951	5.49	6,722	6.75	8,881	7.14	8,481	6.22	-4.50
ฟิลิปปินส์	1,662	1.35	1,907	2.04	2,481	2.75	4,060	4.07	3,683	2.96	4,935	3.62	33.99
สิงคโปร์	6,463	5.25	5,786	6.19	6,742	7.47	6,797	6.82	12,066	9.71	7,192	5.27	-40.39
ไต้หวัน	1,123	0.91	3,480	3.72	2,905	3.22	3,138	3.15	3,569	2.87	1,942	1.42	-423.68
จีน	3,937	3.20	3,183	3.40	2,628	2.91	3,117	3.13	3,159	2.54	3,634	2.66	15.04
ฮ่องกง	3,905	3.17	3,382	3.62	3,312	3.67	3,326	3.34	6,290	5.06	2,491	1.83	-60.40
อินโดนีเซีย	1,062	0.86	1,770	1.89	1,768	1.96	2,367	2.38	3,253	2.62	3,489	2.56	7.25
ตะวันออกกลาง	213	0.17	367	0.39	1,017	1.13	837	0.84	877	0.71	2,396	1.76	173.20
รัสเซีย	311	0.25	139	0.15	95	0.11	154	0.15	504	0.41	892	0.65	76.98
อิสราเอล	213	0.17	54	0.06	132	0.15	146	0.15	135	0.11	912	0.67	575.56
แอฟริกา	304	0.25	94	0.10	93	0.10	287	0.29	777	0.63	371	0.27	-52.25
กลุ่มยุโรปอื่นๆ	701	0.57	1,233	1.32	1,478	1.64	2,236	2.24	4,419	3.55	2,991	2.19	-32.32
กลุ่มเอเชียอื่นๆ	1,738	1.41	2,059	2.20	1,874	2.08	3,096	3.11	12,773	10.28	13,025	9.55	1.97
กลุ่มอเมริกาอื่นๆ	858	0.70	48	0.05	47	0.05	263	0.26	789	0.63	1,750	1.28	121.80
กลุ่มออสเตรเลียอื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	300	0.24	1,006	0.74	235.33
กลุ่มแอฟริกาอื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	263	0.21	717	0.53	172.62
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	1,473	1.19	19,749	14.48	1240.73
ไทย	45,508	36.98	24,909	26.64	23,211	25.72	22,428	22.51	25,405	20.44	33,473	24.54	31.76
<b>รวม</b>	<b>123,050</b>	<b>100.00</b>	<b>93,498</b>	<b>100.00</b>	<b>90,253</b>	<b>100.00</b>	<b>99,633</b>	<b>100.00</b>	<b>124,300</b>	<b>100.00</b>	<b>136,426</b>	<b>100.00</b>	<b>9.76</b>

โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดมรดกสินค้านานาชาติในประเทศไทยปี 2544

ตารางภาคผนวกที่ 1.10

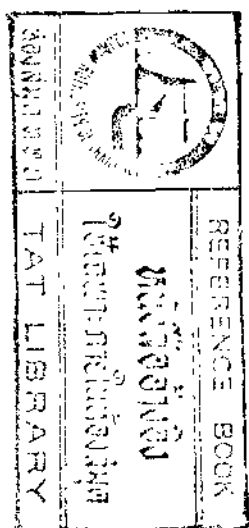
จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทยจำนวนตามถิ่นที่อยู่และเดือนที่มาร่วมประชุมปี 2544

ประเทศต้นตำหนัก	รวม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
อเมริกา	5,021	169	1,623	497	171	227	361	308	188	246	592	345	294
แคนาดา	618	10	50	72	19	19	53	31	42	32	22	155	98
เบลเยียม	412	15	107	8	-	10	36	39	38	39	39	70	26
ฝรั่งเศส	926	93	36	216	70	10	44	57	28	53	35	180	104
เยอรมัน	886	15	106	112	2	10	66	119	64	164	37	121	70
อิตาลี	1,017	22	114	60	183	10	196	1	21	22	31	292	65
เนเธอร์แลนด์	419	17	99	9	2	10	36	38	14	23	31	56	84
สเปน	787	15	39	12	381	70	36	36	14	12	67	79	26
สวีเดน	396	15	18	41	-	43	97	6	20	9	35	65	47
อังกฤษ	1,350	41	142	92	64	14	75	172	153	160	156	185	96
ออสเตรเลีย	5,877	454	545	507	286	899	619	309	432	413	469	845	99
นิวซีแลนด์	381	15	76	18	96	10	36	4	16	11	17	55	27
อินเดีย	3,233	114	24	183	415	238	393	240	349	260	198	576	243
ญี่ปุ่น	3,478	237	245	542	459	132	327	77	430	108	98	545	278
เกาหลี	2,179	25	41	225	335	97	372	62	230	56	76	316	344
มาเลเซีย	8,481	399	194	232	950	1,123	1,075	1,019	558	170	1,240	908	613
ฟิลิปปินส์	4,935	363	123	992	439	199	564	469	114	563	123	562	424
สิงคโปร์	7,192	384	1,938	953	526	155	299	322	233	172	958	948	524
ไต้หวัน	1,942	18	73	175	326	901	46	5	13	30	97	173	85
จีน	3,634	652	258	478	325	82	62	17	215	120	151	929	345
ฮ่องกง	2,491	163	436	396	312	91	346	14	104	20	79	426	104
อินโดนีเซีย	3,489	190	119	144	407	46	245	261	223	263	856	484	251
ตะวันออกเฉียง	2,396	57	200	225	1,215	74	34	36	115	84	155	93	108
รัสเซีย	892	19	23	83	307	43	109	5	11	23	163	74	32
อิสราเอล	912	62	43	85	329	34	39	25	8	38	95	121	33
แอฟริกา	371	10	172	10	1	8	18	-	43	25	18	15	51
กลุ่มยุโรปอื่นๆ	2,991	196	593	122	84	265	135	10	231	217	331	310	497
กลุ่มเอเชียอื่นๆ	13,025	828	1,268	1,450	2,992	787	683	379	731	419	1,335	1,160	978

ตารางภาคผนวกที่ 1.10

จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทยจำแนกตามถิ่นที่อยู่และเดือนที่มาร่วมประชุมปี 2544 (ต่อ)

ประเทศต้นตำนัก	รวม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
กลุ่มอเมริกาอื่นๆ	1,750	82	452	116	59	116	49	8	73	132	159	135	369
กลุ่มออสเตรเลียอื่นๆ	1,006	44	200	2	80	78	70	-	45	81	124	116	166
กลุ่มเอฟริกาอื่นๆ	717	78	188	27	49	12	1	93	2	8	62	45	152
อื่นๆ	19,749	1,305	4,565	1,915	4,270	100	-	1,538	473	349	63	1,816	3,155
<b>รวม</b>	<b>102,953</b>	<b>6,107</b>	<b>14,840</b>	<b>9,452</b>	<b>14,971</b>	<b>5,913</b>	<b>6,522</b>	<b>5,700</b>	<b>5,246</b>	<b>4,322</b>	<b>7,812</b>	<b>12,280</b>	<b>9,788</b>



ตารางภาคผนวกที่ 1.11 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ของผู้ร่วมประชุมนานาชาติ (Participant) ปี พ.ศ. 2544

ค่าใช้จ่าย	ผู้ร่วมประชุมนานาชาติ (Participant)	
	(US)	สัดส่วน(%)
ค่าลงทะเบียน	75.3	28.34
ที่พัก	46	17.31
อาหารและเครื่องดื่ม	22.15	8.34
Shopping	65	24.46
สิ่งบันเทิง	16	6.02
Local Tour	22	8.28
การเดินทางภายในประเทศ	9.49	3.57
อื่นๆ	9.8	3.69
รวม (US) / คน / วัน	265.74	
รวม (บาท) / คน / วัน	11,780.25	

ตารางภาคผนวกที่ 1.12 แสดงรายชื่องานประชุมที่มีผู้ร่วมประชุมตั้งแต่ 1,000 คนขึ้นไป

ลำดับ	รายชื่องาน	สถานที่จัด	จังหวัด
1	6th APLIC – Asia Pacific Life Insurance Congress	IMPACT	นนทบุรี
2	AIDS World	Lotus Pang Suan Keaw	เชียงใหม่
3	The 3rd Union of World LIU Clansmen Association Meeting	BITEC	กรุงเทพ
4	BioThailand 2001 : From research to market	QSNCC	กรุงเทพ
5	Alantan	Lotus Pang Suan Keaw	เชียงใหม่
6	การประชุมวิชาการนานาชาติ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ	จุฬาฯ	กรุงเทพ
7	Third World Congress Of Education International	Ambassador City Jomtien	ชลบุรี

ตารางภาคผนวกที่ 1.13 แสดงรายชื่องานประชุมที่มีผู้ร่วมประชุมตั้งแต่ 501 – 1,000 คน

ลำดับ	รายชื่องาน	สถานที่จัด	จังหวัด
1	The 4th Annual Efficient Consumer Response Asia Conference	QSNCC	กรุงเทพ
2	Pollution Control Department	Sofitel Central Plaza	กรุงเทพ
3	Lymphatic Filariasis Situation Analysis and Mapping in Mekong - Pha Countried	OWN	กรุงเทพ
4	Annual General Meeting	Ambassador City Jomtien	ชลบุรี
5	2001 Asian Patent Attorneys Association 13th General Assembly	Bangkok	กรุงเทพ
6	Prudential Meeting	PEACH	ชลบุรี
7	The 5th International Conference on Home and Community Care for Persons Living with HIV / AIDS	Lotus Pang Suan Keaw	เชียงใหม่
8	The International Congress Sustainable Development Mechanisms for the New Millennium	Bangkok	กรุงเทพ
9	8th Asia Pacific Society Impotence Research	Phuket Arcadia	ภูเก็ต
10	10th World Congress on Endo - Urology 2001	Sofitel Central Plaza	กรุงเทพ
11	40th Lion Oseal Forum	IMPACT / Imperial Queen Park	กรุงเทพ
12	2nd Congress of Asian Pacific Society of Hypertension -APSH-	PEACH	ชลบุรี
13	Nortel Conference	PEACH	ชลบุรี
14	WICE 2001	IMPACT	นนทบุรี
15	Environmental Conference	IMPACT	นนทบุรี
16	Bangkok Gems & Jewelry Fair 28th	IMPACT	นนทบุรี
17	BIG 2001	IMPACT	นนทบุรี
18	TIME Motor Show	IMPACT	นนทบุรี
19	The New Future of Health	Lotus Pang Suan Kaew	เชียงใหม่
20	Social and Cultural Approach to Child Exploitation in the New Millennium	Imperial Queen Park	กรุงเทพ
21	C.A.D. Group	Pattaya Park Beach	ชลบุรี
22	ACI Conference Worldwide	Le Royal Meridien, Bangkok	กรุงเทพ
23	The 6th Asian Dermatological Congress	QSNCC	กรุงเทพ



## ภาคผนวก 2

---

สถิติการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติปี 2544

(Exhibition)

ตารางภาคผนวกที่ 2.1 จำนวนงานแสดงสินค้านานาชาติ จำแนกตามระยะเวลาของงาน (Show day) ปี 2542-2544

เดือน	2542		2543		2544		% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ
1 วัน	1	1.32	5	6.76	2	2.67	-60.00
2 วัน	1	1.32	11	14.86	11	14.67	0.00
3 วัน	19	25.00	16	21.62	16	21.33	0.00
4 วัน	24	31.58	16	21.62	16	21.33	0.00
5 วัน	18	23.68	9	12.16	12	16.00	33.33
6 วัน	2	2.63	4	5.41	1	1.33	-75.00
7 วัน	3	3.95	5	6.76	1	1.33	-80.00
มากกว่า 7 วัน	8	10.53	8	10.81	16	21.33	100.00
รวม	76	100.00	74	100.00	75	100.00	1.35
ระยะเวลาที่จัดเฉลี่ย (วัน)	4.76		4.34		4.8		10.60

ตารางภาคผนวกที่ 2.2 จำนวนงานแสดงสินค้าที่จัด จำแนกตามเดือนในปี 2542-2544

เดือน	2542		2543		2544		% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	ร้อยละ
มกราคม	1	1.32	3	4.05	2	2.67	-33.33
กุมภาพันธ์	3	3.95	4	5.41	5	6.67	25.00
มีนาคม	7	9.21	6	8.11	12	16.00	100.00
เมษายน	4	5.26	3	4.05	8	10.67	166.67
พฤษภาคม	15	19.74	9	12.16	3	4.00	-66.67
มิถุนายน	8	10.53	7	9.46	8	10.67	14.29
กรกฎาคม	6	7.89	4	5.41	2	2.67	-50.00
สิงหาคม	4	5.26	4	5.41	5	6.67	25.00
กันยายน	3	3.95	11	14.86	6	8.00	-45.45
ตุลาคม	4	5.26	7	9.46	12	16.00	71.43
พฤศจิกายน	16	21.05	13	17.57	10	13.33	-23.08
ธันวาคม	5	6.58	2	2.70	2	2.67	0.00
ไม่ระบุ	-	-	1	1.35	-	-	-100.00
รวม	76	100.00	74	100.00	75	100.00	1.35

ตารางภาคผนวกที่ 2.3

จำนวนงานแสดงสินค้านานาชาติ จำแนกตามหัวข้อของงาน ปี 2542-2544

หัวข้อการประชุม	2542		2543		2544		% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน
Agriculture	3	3.95	5	6.76	3	4.00	-40.00
Building/Construction	1	1.32	-	-	1	1.33	100.00
Arts & Culture	1	1.32	13	17.57	3	4.00	-76.92
Commerce	7	9.21	4	5.41	9	12.00	125.00
Ecology & Environment	5	6.58	3	4.05	-	-	-300.00
Banking & Finance	1	1.32	-	-	2	2.67	200.00
Education	2	2.63	9	12.16	9	12.00	0.00
Manufacturing	15	19.74	6	8.11	2	2.67	-66.67
Professional	3	3.95	1	1.35	1	1.33	0.00
Management	-	-	1	1.35	3	4.00	200.00
Medical Science	-	-	3	4.05	4	5.33	33.33
Mining/Quarrying	-	-	-	-	-	-	0.00
Safety & Security	-	-	1	1.35	-	-	-100.00
Science	2	2.63	-	-	2	2.67	200.00
Social Science	-	-	1	1.35	-	-	-100.00
Sport & Leisure	1	1.32	1	1.35	2	2.67	100.00
Technology	17	22.37	9	12.16	12	16.00	33.33
Transport & Communication	3	3.95	1	1.35	7	9.33	600.00
Travel & Tourism	-	-	5	6.76	3	4.00	-40.00
Consumer Product	15	19.74	11	14.86	11	14.67	0.00
<b>รวม</b>	<b>76</b>	<b>100.00</b>	<b>74</b>	<b>100.00</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>	<b>1.35</b>

ตารางภาคผนวกที่ 2.4 จำนวนและสัดส่วนของงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะของงานแสดงสินค้า ในปี 2541-2544

ประเภท	2541		2542		2543		2544		% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544
	รวม	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ	ร้อยละ
Trade Show	23	29.87	43	56.58	30	40.54	24	32.00	-20.00
Consumer Show	13	16.88	23	30.26	25	33.78	25	33.33	0.00
Trade & Consumer Show	41	53.25	10	13.16	19	25.68	26	34.67	36.84
รวม	77	100.00	76	100.00	74	100.00	75	100.00	1.35

ตารางภาคผนวกที่ 2.5 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ของผู้ร่วมแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitor) และ  
ผู้ชมงานแสดงสินค้านานาชาติ (Visitor) ปี พ.ศ. 2544

ค่าใช้จ่าย	ผู้แสดงสินค้า (Exhibitor)		ผู้ชมการแสดงสินค้า (Visitor)	
	(US)	ร้อยละ	(US)	ร้อยละ
ค่าลงทะเบียน	76.3	23.05	30.0	11.66
ที่พัก	50.0	15.11	51.9	20.17
อาหารและเครื่องดื่ม	38.2	11.54	33.6	13.06
Shopping	61.2	18.49	40.0	15.55
สิ่งบันเทิง	32.9	9.94	33.7	13.10
Local Tour	25.5	7.70	27.8	10.80
การเดินทางภายในประเทศ	13.7	4.14	22.2	8.63
อื่นๆ	33.2	10.03	18.1	7.03
<b>รวม (US/คน/วัน)</b>	<b>331</b>	<b>100.00</b>	<b>257.3</b>	<b>100.00</b>
<b>รวม (บาท/คน/วัน)</b>	<b>14,673.23</b>		<b>11,406.11</b>	

ตารางภาคผนวกที่ 2.6 ค่าใช้จ่ายต่อบริษัทฯ ในการร่วมกิจกรรมการแสดงผลสินค้า จำแนกตาม  
ประเภทของค่าใช้จ่าย

รายการ	US	บาท
Construction	4,389.5	194,586.54
Furniture Rental	4,116.31	182,476.02
Fascia & Logo Rental	15.00	664.95
Lighting & Electronic	319.63	14,169.20
Plant Rental	1,931.40	85,618.96
Internet Service	5.00	221.65
Freight Forwarder	1,217.91	53,989.95
Others	243.00	10,772.19
<b>Total</b>	<b>12,237.75</b>	<b>542,499.46</b>

## ภาคผนวก 3

---

สถิติการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลปี 2544

(Incentive Travel)

ตารางภาคผนวกที่ 3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจําเขตตามภูมิภาค ปี 2543 - 2544

ภาค	2543			2544			% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544	
	ครั้ง	จำนวน นักท่องเที่ยว	สัดส่วน (%)	ครั้ง	จำนวน นักท่องเที่ยว	สัดส่วน (%)	ครั้ง	จำนวน นักท่องเที่ยว
กรุงเทพฯ	414	29,850	18	423	35,221	19.26	0.02	0.18
ภาคกลาง	79	6,504	4	63	5,896	3.22	-0.20	-0.09
ภาคตะวันออก	94	8,244	5	54	17,120	9.36	-0.43	1.08
ภาคใต้	864	75,102	46	759	76,645	41.91	-0.13	0.02
ภาคเหนือ	352	41,562	25	362	47,677	26.07	0.03	0.15
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	29	2,962	2	8	318	0.17	-0.72	-0.89
รวม	1,832	164,224	100	1,669	182,877	100	-0.09	0.11



ตารางภาคผนวกที่ 3.2 จำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในประเทศไทยจำแนกตามขนาดของกลุ่ม  
นักท่องเที่ยว ปี 2542 – 2544

ขนาดของกลุ่มทัวร์	2542		2543		2544		% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544
	กรุ๊ป	%	กรุ๊ป	%	กรุ๊ป	%	
น้อยกว่า21คน	294	14.13	164	8.96	210	12.58	0.28
21-50คน	783	37.64	808	44.10	780	46.73	-0.03
51-100คน	651	31.30	624	34.08	401	24.03	-0.36
101-200คน	318	15.29	203	11.09	167	10.01	-0.18
มากกว่า200คน	34	1.63	32	1.77	111	6.65	2.47
รวม	2,080	100.00	1,832	100.00	1,669	100.00	-0.09
ขนาดของกลุ่มทัวร์เฉลี่ย(คน)	65		63		108		0.71

ตารางภาคผนวกที่ 3.3

จำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวเชื้อเป็นรางวัลจำแนกตามระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว  
เพื่อเป็นรางวัลปี พ.ศ.2542-2544

ระยะเวลาที่พำนัก (วัน)	จำนวน (กลุ่มทัวร์)			%การเปลี่ยนแปลง 2543-2544
	2542	2543	2544	
น้อยกว่า3วัน	35	87	55	-0.37
%	1.68	4.74	3.30	
3วัน	104	126	106	-0.16
%	5.00	6.86	6.35	
4วัน	116	160	121	-0.24
%	5.58	8.76	7.25	
5วัน	385	325	299	-0.08
%	18.51	17.74	17.9	
6วัน	376	297	286	-0.04
%	18.08	16.20	17.14	
7วัน	489	416	385	-0.07
%	23.51	22.70	23.07	
8วันขึ้นไป	531	356	370	0.04
%	25.53	19.42	22.17	
ไม่ระบุ	44	66	47	-0.29
%	2.12	3.58	2.82	
รวม	2,080	1,832	1,669	-0.09
%	100.00	100.00	100.00	
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย(วัน)	6.83	6.29	6.18	-0.02

ตารางภาคผนวกที่ 3.4 จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวนคนตามถิ่นที่อยู่ปี 2541 - 2544

ประเทศถิ่นพำนัก	2541		2542		2543		2544		% การเปลี่ยนแปลง 2543 - 2544
	จำนวน	สัดส่วน (%)	จำนวน	สัดส่วน (%)	จำนวน	สัดส่วน (%)	จำนวน	สัดส่วน (%)	
เกาหลี	1,885	1.59	2,985	2.22	2,271	1.38	3,797	2.08	0.67
แคนาดา	-	-	217	0.16	368	0.22	395	0.22	0.07
จีน	677	0.57	835	0.62	762	0.46	817	0.45	0.07
ญี่ปุ่น	28,71	24.23	38,17	28.36	33,886	20.63	34,544	18.89	0.02
ไต้หวัน	561	0.47	783	0.58	1,919	1.17	5,693	3.11	1.97
นิวซีแลนด์	1,416	1.19	1,221	0.91	2,486	1.51	2,689	1.47	0.08
เนเธอร์แลนด์	1,423	1.20	1,461	1.09	1,629	0.99	1,749	0.96	0.07
เบงกอล	4,363	3.68	4,464	3.32	4,192	2.55	4,500	2.46	0.07
ฟิลิปปินส์	-	-	456	0.34	185	0.11	380	0.21	1.05
ฝรั่งเศส	7,088	5.98	7,132	5.30	10,257	6.25	12,479	6.82	0.22
มาเลเซีย	7,212	6.08	7,483	5.56	7,616	4.64	8,452	4.62	0.11
เยอรมันนี	5,715	4.82	5,643	4.19	11,049	6.73	11,863	6.49	0.07
สเปน	3,641	3.07	3,586	2.66	4,300	2.62	4,617	2.52	0.07
สวีตเซอร์แลนด์	88	0.07	180	0.13	3,838	2.34	4,120	2.25	0.07
สหรัฐอเมริกา	11,65	9.83	13,26	9.86	13,439	8.18	14,723	8.05	0.10
สิงคโปร์	13,85	11.69	12,61	9.37	12,074	7.35	13,328	7.29	0.10
ออสเตรเลีย	2,803	2.36	3,069	2.28	15,160	9.23	16,297	8.91	0.08
อังกฤษ	7,746	6.53	8,483	6.30	9,381	5.71	8,743	4.78	-0.07
อิตาลี	8,700	7.34	9,734	7.23	10,982	6.69	10,790	5.90	-0.02
อินเดีย	26	0.02	475	0.35	1,240	0.75	1,619	0.89	0.31
อินโดนีเซีย	-	-	92	0.07	141	0.09	748	0.41	4.30
ฮ่องกง	3,860	3.26	5,025	3.73	4,779	2.91	6,237	3.41	0.31
ตะวันออกกลาง	273	0.23	277	0.21	239	0.15	1,046	0.57	3.38
กลุ่มยุโรปอื่นๆ	3,682	3.11	3,331	2.47	7,106	4.33	7,629	4.17	0.07
กลุ่มเอเชียอื่นๆ	1,918	1.62	1,951	1.45	3,546	2.16	4,141	2.26	0.17
กลุ่มแอฟริกาอื่นๆ	-	-	553	0.41	356	0.22	382	0.21	0.07
กลุ่มอเมริกาอื่นๆ	1,236	1.04	1,114	0.83	1,024	0.62	1,099	0.60	0.07
<b>รวม</b>	<b>118,539</b>	<b>100.00</b>	<b>134,605</b>	<b>100.00</b>	<b>164,224</b>	<b>100.00</b>	<b>182,877</b>	<b>100.00</b>	<b>0.11</b>

ตารางภาคผนวกที่ 3.5 จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจําแนกตามประเภทธุรกิจปี 2541-2544

ประเภทธุรกิจ	2541		2542		2543		2544		%การเปลี่ยนแปลง 2543-2544
	จำนวน	สัดส่วน (%)	จำนวน	สัดส่วน (%)	จำนวน	สัดส่วน (%)	จำนวน	สัดส่วน (%)	
Automation and accessories	9,383	7.92	10,571	7.85	13,039	7.94	14,038	7.68	0.08
Chemicals and cosmetics	8,287	6.99	10,844	8.06	17,375	10.58	13,342	7.30	-0.23
Communication(TV/Radio)	7,067	5.96	7,862	5.84	9,246	5.63	5,337	2.92	-0.42
Computer	6,093	5.14	6,680	4.96	15,782	9.61	17,477	9.56	0.11
Electronics and electrical appliances	9,505	8.02	11,136	8.27	15,963	9.72	13,154	7.19	-0.18
Fashion & accessories	2,558	2.16	2,595	1.93	5,124	3.12	6,736	3.68	0.31
Finance and banking	7,433	6.27	7,180	5.33	8,802	5.36	11,355	6.21	0.29
Food and beverages	6,336	5.35	6,957	5.17	15,733	9.58	10,235	5.60	-0.35
Garment	2,437	2.06	2,467	1.83	6,224	3.79	5,132	2.81	-0.18
Heavy industries and construction	7,921	6.68	4,137	3.07	11,611	7.07	8,604	4.70	-0.26
Household products	9,627	8.12	11,312	8.40	5,354	3.26	3,826	2.09	-0.29
Insurance and assurance	9,017	7.61	10,141	7.53	5,107	3.11	28,044	15.33	4.49
Office equipment	4,802	4.05	5,088	3.78	6,339	3.86	8,164	4.46	0.29
Petroleum / Oil	4,752	4.01	4,810	3.57	3,909	2.38	3,167	1.73	-0.19
Pharmaceutical / Medical	5,118	4.32	8,498	6.31	6,865	4.18	4,698	2.57	-0.32
Photo / Camera	2,803	2.36	3,053	2.27	2,972	1.81	1,793	0.98	-0.40
Publication and printing	3,655	3.08	7,919	5.88	2,348	1.43	1,839	1.01	-0.22
อื่นๆ	4,956	4.18	7,235	5.37	12,399	7.55	11,276	6.17	-0.09
ไม่ระบุ	6,789	5.73	6,120	4.55	33	0.02	14,660	8.02	443.24
<b>รวม</b>	<b>118,539</b>	<b>100.00</b>	<b>134,605</b>	<b>100.00</b>	<b>164,224</b>	<b>100.00</b>	<b>182,877</b>	<b>100.00</b>	<b>0.11</b>

ตารางภาคผนวกที่ 3.6 ค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำแนกตามเส้นทางกรท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่าย	เส้นทางกรท่องเที่ยว																ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	
	เมือง - ทะเล		เมือง-วัฒนธรรม		เมือง		เมือง-ทะเล-วัฒนธรรม		ทะเล		วัฒนธรรม		อื่นๆ		ไม่ระบุ			
	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%
Accommodation	24,233	45.00	24,750	45.00	22,899	55.00	28,538	50.00	21,730	50.00	21,163	50.00	21,313	55.00	16,992	45.00	23,855	49.10
Sight Seeing	18,848	35.00	19,250	35.00	10,409	25.00	17,123	30.00	10,865	25.00	12,698	30.00	7,750	20.00	11,328	30.00	14,220	29.27
Food & Beverages	5,385	10.00	5,500	10.00	4,164	10.00	5,708	10.00	6,519	15.00	4,233	10.00	5,813	15.00	5,664	15.00	5,645	11.62
Souvenir	2,693	5.00	2,750	5.00	2,082	5.00	2,854	5.00	2,173	5.00	2,116	5.00	1,938	5.00	1,888	5.00	2,430	5.00
Others	2,693	5.00	2,750	5.00	2,082	5.00	2,854	5.00	2,173	5.00	2,116	5.00	1,938	5.00	1,888	5.00	2,430	5.00
รวม	53,850	100.00	55,000	100.00	41,635	100.00	57,075	100.00	43,460	100.00	42,325	100.00	38,750	100.00	37,760	100.00	48,580	100.00

\*หมายเหตุ ไม่รวมค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

ตารางภาคผนวกที่ 3.7 ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำแนกตามเส้นทางกรท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่าย	เส้นทางกรท่องเที่ยว																ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	
	เมือง - ทะเล		เมือง-วัฒนธรรม		เมือง		เมือง-ทะเล-วัฒนธรรม		ทะเล		วัฒนธรรม		อื่นๆ		ไม่ระบุ			
	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%
Accommodation	3,853	45.00	3,935	45.00	3,641	5.00	4,537	50.00	3,455	50.00	3,364	50.00	3,388	55.00	2,701	45.00	3,792.53	49.10
Sight Seeing	2,996	35.00	3,060	35.00	1,655	25.00	2,722	30.00	1,727	25.00	2,019	30.00	1,232	20.00	1,801	30.00	2,260.66	29.27
Food & Beverages	856	10.00	874	10.00	662	10.00	907	10.00	1,036	15.00	673	10.00	924	15.00	900	15.00	897.47	11.62
Souvenir	428	5.00	437	5.00	331	5.00	454	5.00	345	5.00	336	5.00	308	5.00	300	5.00	386.33	5.00
Others	428	5.00	437	5.00	331	5.00	454	5.00	345	5.00	336	5.00	308	5.00	300	5.00	386.33	5.00
รวม	8,561	100.00	8,744	100.00	6,619	100.0	9,074	100.00	6,909	100.00	6,729	100.00	6,161	100.00	6,003	100.0	7,723	100.0

\*หมายเหตุ ไม่รวมค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

ตารางภาคผนวกที่ 3.8 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรวมค่าใช้จ่ายส่วนตัว จำแนกตามเส้นทางการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย / คน		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย / คน / วัน	
	บาท	US\$	บาท	US\$
Accommodation	23,855	594.74	3,793	94.55
Sight Seeing	14,220	354.51	2,261	56.36
Food & Beverages	5,645	140.74	897	22.38
Shopping	5,095	127.03	810	20.20
Souvenir	2,430	60.58	386	9.63
Others	2,430	60.58	386	9.63
รวม	53,675	1,338	8,534	212.75

\*หมายเหตุ ค่าใช้จ่าย shopping เป็นข้อมูลของปี 2542

## ภาคผนวก 4

---

แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว MICE

ปี 2544

ตารางภาคผนวกที่ 4.1 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามเพศ

หน่วย : ร้อยละ

เพศ	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
ชาย	74.25	79.76	70.00
หญิง	25.75	20.24	30.00
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 4.2 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

หน่วย : ร้อยละ

อายุ	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
ไม่ตอบ	3.7	2.4	6.0
≤ 30 ปี	11.7	23.8	20.9
31 - 40 ปี	30.7	33.3	40.9
41 - 50 ปี	32.1	27.4	20.0
> 50 ปี	21.8	13.1	12.2
รวม	100.00	100.00	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 4.3 แสดงร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจให้มาร่วมงาน จำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ปัจจัยการกระตุ้น	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
หัวข้องานน่าสนใจ	55.1	48.8	14.3
องค์กร / บริษัท มอบหมายให้มาร่วมงาน	33.3	20.2	25.0
มาร่วมงานเป็นประจำ	26.1	6.0	15.0
ประเทศไทยเป็นสถานที่ที่น่าสนใจ	42.9	22.6	8.6
มากับเพื่อน	9.4	9.5	-
ประเทศไทยเป็นพื้นที่เป้าหมาย	-	-	23.6
เอเชียแปซิฟิกเป็นพื้นที่เป้าหมาย	-	-	15.0
อื่นๆ	-	9.5	5.0
รวม	166.8	116.6	106.5

\* หมายเหตุ ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



ตารางภาคผนวกที่ 4.4 แสดงร้อยละของความพึงพอใจในการมาร่วมงานในประเทศไทยในฐานะสถานที่จัดงาน

หน่วย : ร้อยละ

ความพึงพอใจที่ได้รับ	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
พึงพอใจมาก	44.0	28.6	23.5
พึงพอใจ	47.2	57.1	57.4
เฉย ๆ	7.8	9.5	13.0
ไม่พึงพอใจ	0.5	0	3.5
ไม่พึงพอใจมาก	0.2	3.6	0.9
ไม่ระบุ	0.2	1.2	1.7
รวม	100	100	100

ตารางภาคผนวกที่ 4.5 แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวประเทศไทย

หน่วย : ร้อยละ

จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
มาเป็นครั้งแรก	1.4	0	0.9
เคยมาแล้ว 2-5 ครั้ง	27.1	27.4	24.3
เคยมาแล้ว 6-10 ครั้ง	5.7	11.9	11.3
เคยมาแล้วมากกว่า 10 ครั้ง	1.6	17.9	10.4
ไม่ตอบ	64.2	42.9	53.0
รวม	100.0	100.0	100.0

ตารางภาคผนวกที่ 4.6 แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามจำนวนผู้ติดตาม

หน่วย : ร้อยละ

จำนวนผู้ติดตาม	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
มาคนเดียว	58.7	71.1	55.6
มีผู้ติดตาม 1 คน	10.6	13.1	8.6
มีผู้ติดตาม 2 คน	11.5	7.1	20
มีผู้ติดตาม 3 คน	3.0	7.1	6
มีผู้ติดตาม 4 คนขึ้นไป	1.6	1.2	9.8
จำนวนผู้ติดตามเฉลี่ย (คน)			
ผู้ติดตามเฉลี่ย	0.64	0.56	1.1

ตารางภาคผนวกที่ 4.7 แสดงระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว MICE และของผู้ติดตาม

ระยะเวลาพักเฉลี่ย	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
วันพักเฉลี่ยของผู้ร่วมงาน ( วัน )	9	7.9	7.45
2 วัน	0.5	0.7	0.9
3 วัน	5.3	4	1.7
4 วัน	10.3	9.8	7.8
5 วันขึ้นไป	74.5	73.3	78.3
วันพักเฉลี่ยของผู้ติดตาม ( วัน )	7.96	7.7	7.1
2 วัน	0.5	0.9	2.9
3 วัน	1.8	0	5.9
4 วัน	3	6.1	11.8
5 วันขึ้นไป	29.5	36.5	73.5

ตารางภาคผนวกที่ 4.8 แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยที่มาร่วมงานประชุมและงานแสดงสินค้า

หน่วย : ร้อยละ

ระยะวันที่มาร่วมงาน	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
1 วัน	0.5	27.8	0
2 วัน	1.6	21.5	2.6
3 วัน	20.4	17.7	13.0
4 วัน	25.2	15.2	53.9
5 วันขึ้นไป	44.7	17.7	24.3
เฉลี่ย (วัน)	4.22	2.96	4.08

ตารางภาคผนวกที่ 4.9 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บริการ	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดง สินค้า(Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
1. การลงทะเบียน			
- เงื่อนไขในการลงทะเบียน	3.10	4.40	4.03
- การติดต่อสื่อสาร	3.41	4.11	3.83
- ค่าลงทะเบียน	3.04	4.21	3.72
2. ความสะดวกในการเดินทางมาร่วมงาน	3.82	4.16	3.96
3. ตรวจคนเข้าเมือง			
- ความเร็ว	3.88	3.89	3.59
- ความเอาใจใส่และการให้บริการ	3.73	4.07	3.77
4. พิธีการศุลกากร			
- ความสะดวกสบาย/ความยืดหยุ่น	4.06	3.96	3.81
- ความเอาใจใส่และการให้บริการ	3.75	4.11	3.86
- ระเบียบ ข้อบังคับ	3.64	3.99	3.69
5. ทาหนะจากสนามบินกับที่พัก	3.20	4.01	3.81
6. การต้อนรับของโรงแรมที่พัก	3.86	4.34	4.28
7. การเดินทางในพื้นที่	3.17	3.88	3.45
8. สถานที่จัดงาน			
- สถานที่ตั้ง	4.03	-	3.73
- ห้องโถงกลาง	3.77	-	3.95
- ห้องแสดงสินค้า / ห้องประชุม	3.91	-	3.96
- ห้องอาหาร	3.75	-	3.89
9. การบริการของ Contractor ในเมืองไทย	2.40	3.90	-
- Organizer	-	-	3.81
- Freight Forwarder	-	-	3.66
- Contractor	-	-	3.71
10. ความพอใจโดยรวม	3.18	4.11	3.83

หมายเหตุ

คะแนนความพึงพอใจ

1 = ไม่พอใจเลย

2 = ไม่พอใจ

3 = ปานกลาง

4 = พอใจ

5 = พอใจมาก

ตารางภาคผนวกที่ 4.10 แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามกิจกรรมที่จะทำหลังการประชุมและการแสดงสินค้า

หน่วย : ร้อยละ

กิจกรรม	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดง สินค้า(Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
ร่วม โปรแกรมท่องเที่ยวของผู้จัดประชุม	38.8	-	-
จัด โปรแกรมการท่องเที่ยวเอง	28.4	44.0	33.9
กลับบ้าน	2.1	15.5	39.1
ติดต่อธุรกิจ	3.4	22.6	15.7
ไม่ตอบ	27.3	17.9	11.3
รวม	100.0	100.0	100.0

ตารางภาคผนวกที่ 4.11 แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE ที่จะท่องเที่ยวหลังจากการประชุมและแสดงสินค้า จำแนกตามประเภทของการท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของการท่องเที่ยว	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดง สินค้า(Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
ท่องเที่ยววัฒนธรรม	39.7	23.8	29.6
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	8.9	6.0	2.6
Education tour	14.7	14.3	1.7
Shopping	33.3	19.0	20.9
ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	7.8	2.4	6.1
อื่นๆ	8.5	16.7	10.4
รวม	112.9	82.2	71.3

ตารางภาคผนวกที่ 4.12 แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมประชุม (Participant) เปรียบเทียบการบริการในด้านการประชุมระหว่าง ประเทศไทยกับฮ่องกง, สิงคโปร์, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย

การบริการ	การบริการด้านการประชุมของไทยเปรียบเทียบกับ				
	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
• การลงทะเบียน	2.07	2.23	1.94	1.51	1.55
• ตรวจสอบเข้ามือง	2.05	2.22	1.95	1.41	1.52
• วิธีการสุกการ	1.92	2.19	1.93	1.45	1.54
• การเดินทาง	2.15	2.36	1.96	1.50	1.51
• โรงแรม	1.90	2.11	1.93	1.60	1.55
• สถานที่จัดประชุม	1.96	2.14	1.97	1.60	1.53
• ห้องอาหาร	1.96	2.04	1.91	1.56	1.48
• อุปกรณ์การประชุม	2.07	2.17	2.00	1.57	1.52
ความพอใจโดยรวม	2.05	2.21	1.93	1.53	1.51

คะแนนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่เปรียบเทียบ

- 1 = การบริการของประเทศไทยดีกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ  
 2 = การบริการของประเทศไทยเท่ากับประเทศที่เปรียบเทียบ  
 3 = การบริการของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 4.13 แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมประชุม (Participant) เปรียบเทียบการบริการในด้านอื่นๆ หลังการประชุม ระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย

บริการ	การบริการด้านอื่นๆ ของไทยเปรียบเทียบกับ				
	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
• สถานที่ท่องเที่ยว	1.64	1.73	1.66	1.47	1.48
• ที่พัก	1.84	2.07	1.89	1.53	1.48
• การเดินทาง	2.11	2.29	2.03	1.56	1.49
• ห้องอาหาร / ร้านอาหาร	1.85	1.90	1.86	1.55	1.56
• การสื่อสาร	2.13	2.23	2.04	1.55	1.49
• ร้านจำหน่ายของที่ระลึก	1.87	1.81	1.80	1.52	1.48
• การแลกเปลี่ยนเงินตรา	1.84	1.93	1.89	1.57	1.58
• จริยธรรมของร้านค้า	1.72	2.03	1.88	1.51	1.56
ความพอใจโดยรวม	1.89	2.01	1.83	1.49	1.45

คะแนนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่เปรียบเทียบ

- 1 = การบริการของประเทศไทยดีกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ  
 2 = การบริการของประเทศไทยเท่ากับประเทศที่เปรียบเทียบ  
 3 = การบริการของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 4.14 แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) เปรียบเทียบการบริการในด้านการแสดงสินค้า ระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

การบริการ	การบริการด้านการแสดงสินค้าของไทยเปรียบเทียบกับ				
	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
• การลงทะเบียน	2.04	2.30	1.88	1.55	1.58
• ตรวจสอบคนเข้าเมือง	2.29	2.26	1.79	1.58	1.57
• พิธีการศุลกากร	2.18	2.23	1.79	1.75	1.64
• การเดินทาง	2.14	2.53	1.83	1.64	1.54
• โรงแรม	1.76	2.10	1.56	1.58	1.69
• สถานที่	2.04	2.16	1.65	1.55	1.75
ความพอใจโดยรวม	2.07	2.13	1.79	1.44	1.54

คะแนนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่เปรียบเทียบ

- 1 = การบริการของประเทศไทยดีกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ
- 2 = การบริการของประเทศไทยเท่ากับประเทศที่เปรียบเทียบ
- 3 = การบริการของประเทศไทยที่เปรียบเทียบดีกว่าประเทศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 4.15 แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) เปรียบเทียบการบริการในด้านอื่นๆ หลังการแสดงสินค้านี้ระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

บริการ	การบริการด้านอื่นๆ ของไทยเปรียบเทียบกับ				
	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
• สถานที่ท่องเที่ยว	1.54	1.93	1.44	1.58	1.55
• ที่พัก	1.78	2.07	1.62	1.44	1.67
• การเดินทาง	2.12	2.33	1.73	1.44	1.50
• ห้องอาหาร / ร้านอาหาร	1.93	1.79	1.71	1.44	1.58
• การสื่อสาร	2.16	2.41	1.94	1.44	1.50
• ร้านจำหน่ายของที่ระลึก	1.71	2.11	1.56	1.44	1.55
• การแลกเปลี่ยนเงินตรา	1.96	2.08	1.73	1.38	1.50
• จริยธรรมของร้านค้า	1.96	2.15	1.81	1.25	1.45
ความพอใจโดยรวม	1.81	2.00	1.65	1.33	1.42

คะแนนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่เปรียบเทียบ

- 1 = การบริการของประเทศไทยดีกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ
- 2 = การบริการของประเทศไทยเท่ากับประเทศที่เปรียบเทียบ
- 3 = การบริการของประเทศไทยที่เปรียบเทียบดีกว่าประเทศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 4.16 แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor) เปรียบเทียบการบริการในด้านการแสดงสินค้าระหว่างประเทศไทยและฮ่องกง, สิงคโปร์, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

การบริการ	การบริการด้านการแสดงสินค้าของไทยเปรียบเทียบกับ				
	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
• การลงทะเบียน	2.05	2.32	1.97	1.50	1.77
• ตรวจสอบเข้าเมือง	2.03	2.53	2.06	1.53	1.52
• ทิศทางการศุลกากร	2.13	2.42	1.86	1.58	1.65
• การเดินทาง	2.36	2.51	2.11	1.56	1.60
• โรงแรม	1.95	2.12	1.97	1.53	1.85
• สถานที่จัดการแสดงสินค้า	2.13	2.20	2.06	1.40	1.62
• ห้องอาหาร	1.81	1.96	1.88	1.53	1.59
• อุปกรณ์	2.08	2.21	1.87	1.50	1.67
ความพอใจโดยรวม	2.15	2.28	1.95	1.50	1.52

คะแนนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่เปรียบเทียบ

- 1 = การบริการของประเทศไทยดีกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ
- 2 = การบริการของประเทศไทยเท่ากันกับประเทศที่เปรียบเทียบ
- 3 = การบริการของประเทศไทยที่เปรียบเทียบดีกว่าประเทศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 4.17 แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor) เปรียบเทียบการบริการในด้านอื่นๆ หลังการแสดงผลสินค้าระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

บริการ	การบริการด้านอื่นๆ ของไทยเปรียบเทียบกับ				
	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
• สถานที่ท่องเที่ยว	1.70	1.64	1.80	1.14	1.62
• ที่พัก	1.90	2.02	1.86	1.40	1.68
• การเดินทาง	2.36	2.54	1.92	1.53	1.44
• ห้องอาหาร / ร้านอาหาร	1.82	1.92	1.78	1.35	1.36
• การสื่อสาร	2.35	2.39	2.00	1.53	1.54
• ร้านจำหน่ายของที่ระลึก	2.11	2.08	1.70	1.35	1.56
• การแลกเปลี่ยนเงินตรา	2.12	2.23	1.92	1.47	1.48
• จริยธรรมของร้านค้า	1.86	2.00	1.84	1.53	1.59
ความพอใจโดยรวม	2.02	2.12	1.89	1.41	1.56

คะแนนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่เปรียบเทียบ

- 1 = การบริการของประเทศไทยดีกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ
- 2 = การบริการของประเทศไทยเท่ากันกับประเทศที่เปรียบเทียบ
- 3 = การบริการของประเทศไทยที่เปรียบเทียบดีกว่าประเทศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 4.18 แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor), ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) และผู้ร่วมประชุม (Participant) เปรียบเทียบการบริการในด้านการแสดงสินค้าและการจัดการประชุม ระหว่างประเทศไทยและฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย

การบริการ	การบริการด้านการแสดงสินค้าและการจัดประชุมของไทยเปรียบเทียบกับ				
	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
• การลงทะเบียน	2.06	2.26	1.94	1.51	1.60
• ตรวจสอบเข้าเมือง	2.08	2.30	1.95	1.45	1.53
• พิธีการศุลกากร	2.01	2.24	1.90	1.50	1.57
• การเดินทาง	2.19	2.42	1.99	1.52	1.53
• โรงแรม	1.89	2.11	1.90	1.58	1.63
• สถานที่	2.01	2.15	1.96	1.56	1.56
• ห้องอาหาร	1.95	2.03	1.89	1.56	1.51
• อุปกรณ์	1.99	2.15	1.92	1.55	1.55
ความพอใจโดยรวม	2.03	2.21	1.91	1.52	1.52

คะแนนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่เปรียบเทียบ

- 1 = การบริการของประเทศไทยดีกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ  
 2 = การบริการของประเทศไทยเท่ากับประเทศที่เปรียบเทียบ  
 3 = การบริการของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศที่เปรียบเทียบ

ตารางภาคผนวกที่ 4.19 แสดงคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor), ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) และผู้ร่วมประชุม (Participant) เปรียบเทียบการบริการในด้านอื่นๆหลังการแสดงสินค้าระหว่างประเทศไทย กับฮ่องกง, สิงคโปร์ , มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

บริการ	การบริการด้านอื่นๆ ของไทยเปรียบเทียบกับ				
	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
• สถานที่ท่องเที่ยว	1.73	1.81	1.70	1.43	1.51
• ที่พัก	1.87	2.02	1.87	1.50	1.53
• การเดินทาง	2.18	2.36	1.99	1.54	1.48
• ห้องอาหาร / ร้านอาหาร	1.82	1.94	1.81	1.51	1.51
• การสื่อสาร	2.16	2.25	2.00	1.53	1.50
• ร้านจำหน่ายของที่ระลึก	1.94	1.92	1.78	1.47	1.50
• การแลกเปลี่ยนเงินตรา	1.92	2.02	1.90	1.55	1.56
• จริยธรรมของร้านค้า	1.76	2.02	1.87	1.52	1.57
ความพอใจโดยรวม	1.91	2.03	1.82	1.47	1.47

คะแนนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่เปรียบเทียบ

- 1 = การบริการของประเทศไทยดีกว่าประเทศที่เปรียบเทียบ  
 2 = การบริการของประเทศไทยเท่ากับประเทศที่เปรียบเทียบ  
 3 = การบริการของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศที่เปรียบเทียบ



ตารางภาคผนวกที่ 4.20 แสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว MICE จำแนกตามการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว  
ระหว่าง ผู้จัด บริษัทและนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	ผู้ร่วมประชุม (Participant)	ผู้ชมงานแสดงสิน ค้า(Visitor)	ผู้ร่วมงาน แสดงสินค้า (Exhibitor)
ผู้จัดงานเป็นผู้จ่ายทั้งหมด	19.0	2.4	2.6
บริษัท / องค์กรต้นสังกัดเป็นผู้จ่ายทั้งหมด	43.3	54.8	79.1
นักท่องเที่ยวจ่ายทั้งหมด	14.9	34.5	6.1
นักท่องเที่ยวจ่ายบางส่วน	19.5	4.8	7.0
ไม่ตอบ	3.2	3.6	4.3
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

ตารางภาคผนวกที่ 4.21 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนจำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายในการประชุม (Participant)		ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการแสดง สินค้า (Exhibitor)		ค่าใช้จ่ายในการชมงานแสดงสินค้า (Visitor)	
	(US\$)	ร้อยละ	(US\$)	ร้อยละ	(US\$)	ร้อยละ
ลงทะเบียน	31.87	11.99	76.3	23.05	30.0	11.66
ที่พัก	36.88	13.88	50.0	15.11	51.9	20.17
อาหารและเครื่องดื่ม	27.58	10.38	38.2	11.54	33.6	13.06
ของชำร่วย / Shopping	86.94	32.72	61.2	18.49	40.0	15.55
สิ่งบันเทิง	32.95	12.40	32.9	9.94	33.7	13.10
Local Tour & Sight-seeing	30.23	11.38	25.5	7.70	27.8	10.80
การเดินทางในประเทศ	9.49	3.57	13.7	4.14	22.2	8.63
อื่นๆ	9.80	3.69	33.2	10.03	18.1	7.03
<b>รวม (US\$)</b>	<b>265.74</b>	<b>100.00</b>	<b>331</b>	<b>100.00</b>	<b>257.3</b>	<b>100.00</b>
<b>รวม (บาท)</b>	<b>11,161.08</b>		<b>14,673.23</b>		<b>11,406.11</b>	

อัตราแลกเปลี่ยน 1 US\$ = 41.33 บาท

ตารางภาคผนวกที่ 4.22 แสดงร้อยละของผู้ร่วมแสดงสินค้า(Exhibitor) ผู้เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (Visitor) และผู้ร่วมประชุม (Participant) จำแนกตามสายการบินที่ใช้เดินทางมาประเทศไทย

Airline	Exhibitor	Visitor	Participant
1. Thai Airways International	40.0	23.8	38.1
2. Singapore Airlines	12.5	16.3	6.7
3. Malaysia Airlines	5.2	5.0	11.9
4. Japan Airlines	6.1	3.8	1.4
5. Cathay Pacific Airways	2.6	7.5	2.1
6. Lufthansa German Airlines	2.6	5.0	1.8
7. British Airways	5.2	1.3	2.5
8. All Nippon Airways	2.6	5.0	0
9. Air France	4.3	0	0.5
10. Eva Airways	1.7	2.5	1.1
11. Qantas Airways	1.7	2.5	2.1
11. Northwest Airlines	1.7	2.5	0.2
13. Indian Airlines	1.7	1.3	2.5
14. Swiss Air	0	2.5	0.9
15. Biman Bangladesh Airlines	0.9	2.5	0.2
16. China Airlines	0.9	1.3	1.1
17. KLM Royal Dutch Airlines	0.9	1.3	1.1
18. Kuwait Airways	0.9	1.3	0.5
สายการบินอื่น ๆ	5.2	15.2	21.5

## ภาคผนวก 5

---

แสดงพฤติกรรมการจัดการประชุมนานาชาติ

ปี 2544

ตารางภาคผนวกที่ 5.1 แสดงความถี่ในการจัดการประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของการประชุม

	International		Regional		National		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี / ครั้ง	26	29.2	25	16.6	7	14.6	58	20.1
2 ปี / ครั้ง	5	5.6	3	2.0	6	12.5	14	4.9
3 ปี / ครั้ง	2	2.2	-	-	-	-	2	0.7
4 ปี / ครั้ง	-	-	3	2.0	2	4.2	5	1.7
มากกว่าปีละครั้ง	10	11.2	80	53.0	3	6.3	93	32.3
จัดขึ้นเฉพาะกิจ	45	50.6	40	26.5	30	62.5	115	39.9
รวม	89	100.0	151	100.0	48	100.0	288	100.0

ตารางภาคผนวกที่ 5.2 แสดงความถี่ในการจัดการประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของผู้ร่วมประชุม

	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี / ครั้ง	38	26.0	5	7.0	15	21.7	58	20.1
2 ปี / ครั้ง	7	4.8	3	4.2	4	5.8	14	4.9
3 ปี / ครั้ง	2	1.4	-	-	-	-	2	0.7
4 ปี / ครั้ง	5	3.4	-	-	-	-	5	1.7
มากกว่าปีละครั้ง	24	16.4	47	66.2	22	31.9	93	32.3
จัดขึ้นเฉพาะกิจ	70	47.9	16	22.5	28	40.6	115	39.9
รวม	146	100.0	71	100.0	69	100.0	288	100.0

ตารางภาคผนวกที่ 5.3 หลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่จัดประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของงานประชุม

	International		Regional		National		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตามเสียงส่วนใหญ่ของสมาชิก	8	9.0	14	9.3	3	6.3	25	8.7
ตามเสียงส่วนใหญ่ของกรรมการ	48	53.9	68	45.0	13	27.1	129	44.8
เป็นสถานที่ที่จัดการประชุมขององค์กรเป็นประจำ	12	13.5	23	15.2	11	22.9	46	16.0
ขึ้นอยู่กับงบประมาณ	21	23.6	46	30.5	21	43.8	88	30.6
รวม	89	100.0	151	100.0	48	100.0	288	100.0

ตารางภาคผนวกที่ 5.4 หลักเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ประชุมนานาชาติ จำแนกตามประเภทของผู้ร่วมประชุม

	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตามเสียงส่วนใหญ่ของสมาชิก	18	12.3	2	2.8	5	7.2	25	8.7
ตามเสียงส่วนใหญ่ของกรรมการ	79	54.1	38	53.5	11	15.9	129	44.8
เป็นสถานที่ที่จัดการประชุมขององค์กรเป็นประจำ	31	21.2	9	12.7	6	8.7	46	16.0
ขึ้นอยู่กับงบประมาณ	18	12.3	22	31.0	47	68.1	88	30.6
รวม	146	100.0	71	100.0	69	100.0	288	100.0

ตารางภาคผนวกที่ 5.5 แสดงการเลือกใช้สถานที่ในการจัดประชุมนานาชาติของจำแนกตามประเภทของงานประชุม

สถานที่จัดประชุม	International		Regional		National		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	2	1.47	4	2.50	1	2.17	7	2.05
สถานที่ของตนเอง	21	15.44	58	36.25	15	32.61	94	27.49
โรงแรม	95	69.85	87	54.38	30	65.22	212	61.99
ศูนย์ประชุม	18	13.24	6	3.75	-	-	24	7.02
อื่นๆ	-	-	5	3.13	-	-	5	1.46
รวม	136	100.00	160	100.00	46	100.00	342	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 5.6 แสดงการเลือกใช้สถานที่ในการจัดประชุมของบริษัท / องค์กร จำแนกตามประเภทผู้ร่วมประชุม

สถานที่จัดประชุม	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	4	3.77	-	-	3	1.45	7	2.05
สถานที่ของตนเอง	7	6.60	-	-	87	42.03	94	27.49
โรงแรม	82	77.36	23	79.31	107	51.69	212	61.99
ศูนย์ประชุม	8	7.55	6	20.69	10	4.83	24	7.02
อื่นๆ	5	4.72	-	-	-	-	5	1.46
รวม	106	100.00	29	100.00	207	100.00	342	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 5.7 แสดงวิธีการจัดการประชุม จำแนกตามประเภทงานประชุม

	International		Regional		National		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จ้างบริษัทที่ปรึกษาดำเนินการด้าน ประสานงาน และจัดการประชุม	15	16.9	13	8.6	2	4.2	30	10.4
จัดการด้านการประสานงานและจัดการ ประชุมเอง โดยบุคลากรของหน่วยงาน ของท่าน	74	83.1	138	91.4	45	93.8	257	89.2
รวม	89	100.0	151	100.0	48	100.0	287	100.0

ตารางภาคผนวกที่ 5.8 แสดงวิธีการจัดการประชุม จำแนกตามประเภทผู้ร่วมประชุม

	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จ้างบริษัทที่ปรึกษาดำเนินการด้าน ประสานงาน และจัดการประชุม	30	20.5	-	-	-	-	30	10.4
จัดการด้านการประสานงานและจัดการ ประชุมเอง โดยบุคลากรของหน่วยงาน ของท่าน	116	79.5	71	100.0	68	98.6	257	89.2
รวม	146	100.0	71	100.0	69	100.0	287	100.0

ตารางภาคผนวกที่ 5.9 แสดงการสนับสนุนของบริษัท / องค์กร จำแนกตามประเภทของงานประชุม

	International		Regional		National		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีใครสนับสนุน	37	41.6	85	56.3	23	47.9	145	50.3
บริษัทเอกชน	38	42.7	49	32.5	20	41.7	107	37.2
สมาคม / ชมรม	14	15.7	17	11.3	5	10.4	36	12.5
<b>รวม</b>	<b>89</b>	<b>100.0</b>	<b>151</b>	<b>100.0</b>	<b>48</b>	<b>100.0</b>	<b>288</b>	<b>100.0</b>

ตารางภาคผนวกที่ 5.10 แสดงการสนับสนุนของบริษัท / องค์กร จำแนกตามประเภทผู้ร่วมประชุม

	Association		Corporate		Government		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีใครสนับสนุน	83	56.8	47	66.2	14	20.3	145	50.3
บริษัทเอกชน	49	33.6	22	31.0	35	50.7	107	37.2
สมาคม / ชมรม	14	9.6	2	2.8	20	29.0	36	12.5
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.0</b>	<b>71</b>	<b>100.0</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>288</b>	<b>100.0</b>

ตารางภาคผนวกที่ 5.11 แสดงค่าลงทะเบียนเฉลี่ย จำแนกตามประเภทงานประชุม

ประเภทงานประชุม	ค่าลงทะเบียน
International Meeting	13,666.50
Regional Meeting	9,471.33
National Meeting	4,025.00
<b>เฉลี่ย</b>	<b>11,772.00</b>

ตารางภาคผนวกที่ 5.12 แสดงค่าลงทะเบียนเฉลี่ย จำแนกตามประเภทผู้เข้าร่วมประชุม

ประเภทผู้เข้าร่วมประชุม	ค่าลงทะเบียน
Association Meeting	12,548.26
Corporate Meeting	11,355.00
Government Meeting	4,414.00
<b>เฉลี่ย</b>	<b>11,772.00</b>



## ภาคผนวก 6

---

พื้นที่ประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 6.1 พื้นที่ประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย

ลำดับ	สถานที่ (Venue)	พื้นที่แสดงสินค้า (Exhibition)		ห้องประชุม (Meeting Room)			จำนวน ห้องพัก
		Indoor	Outdoor	จำนวน (ห้อง)	จำนวน (คน)		
					Classroom	Theatre	
1	Bangkok Convention Centre (BCC)	5,274	-	10	3,160	6,250	607
2	Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC)	21,330	14,410	22	11,337	18,523	-
3	Queen Sirikit National Convention Centre (QSNCC)	16,492	-	13	3,410	6,940	-
4	Pattaya Exhibition Centre Hall (PEACH)	4,851	-	16	3,090	6,445	1,100
5	Impact Exhibition Centre	61,073	-	20	15,326	16,886	60
รวม		109,020	14,410	81	36,323	55,044	1,667

ตารางภาคผนวกที่ 6.2 แสดงโรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ

Venue	ห้องพัก	ขนาดห้องประชุม	
		Classroom	Theater
<b>กรุงเทพฯ</b>			
Amari Watergate Hotel	575	900	1,620
Grand Hyatt Erawan Bangkok	400	910	1,540
JW Marriott Hotel Bangkok	425	1,030	2,100
Siam Inter – Continental Bangkok	389	1,025	2,120
The Dusit Thani Bangkok	525	1,305	2,785
The Emerald Hotel	625	1,015	2,350
The Imperial Queen's Park Hotel	1,356	1,940	3,550
The Landmark Bangkok	415	880	1,680
The Maruay Garden Hotel, Bangkok	315	930	1,820
The Montien Riverside Hotel	462	1,400	2,600
The Oriental, Bangkok	396	740	1,450
The Royal Orchid Sheraton Hotel & Towers	772	875	1,900
The Shangri – La Hotel Bangkok	850	1,330	2,540
The Siam City Hotel	500	750	1,450
Windsor Suites Hotel, Bangkok	460	2,150	3,100

ตารางภาคผนวกที่ 6.3 แสดงศูนย์ประชุม และ โรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่ในพัทยา

Venue	ห้องพัก	ขนาดห้องประชุม	
		Classroom	Theater
<b>พัทยา</b>			
Ambassador City Jomtien Hotel	5,000	3,800	5,000
Dusit Resort Pattaya	450	2,000	2,869
Pattaya Exhibition and Convention Hall (PEACH)	1,100	3,090	6,445

ตารางภาคผนวกที่ 6.4 แสดงศูนย์ประชุม และ โรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่ในเชียงใหม่

Venue	ห้องพัก	ขนาดห้องประชุม	
		Classroom	Theater
<b>เชียงใหม่</b>			
Westin Riverside Plaza Chiangmai	526	1,480	2,600
The Empress Hotel & Convention Center	375	670	800
Chiangmai Plaza Hotel	445	1,080	1,200
Lanna Palace Hotel	205	510	850
Lotus Hotel Pang Suan Kaew	660	3,380	3,000
ศูนย์ประชุมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	-	3,500	4,000

ตารางภาคผนวกที่ 6.5 แสดงโรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่ในภูเก็ต

Venue	ห้องพัก	ขนาดห้องประชุม	
		Classroom	Theater
<b>ภูเก็ต</b>			
Laguna Beach Resort Phuket	248	1,200	1,500
Karon Villa Phuket & Karon Royal Wing	332	1,110	1,650
Le Meridian Phuket	447	650	980
Phuket Arcadia Hotel & Resort	695	1,615	2,200
Royal Phuket City Hotel	251	1,320	2,500

## ภาคผนวก 7

---

รายชื่อ โรงแรม, ศูนย์ประชุม, ศูนย์แสดงสินค้า, PCO, PEO  
DMC และ องค์กรผู้จัด/ประสานงานการประชุมนานาชาติที่ให้  
ข้อมูลใน ปี 2544

ตารางภาคผนวกที่ 7.1

แสดงรายชื่อโรงแรมที่ให้ข้อมูล จำแนกตามภูมิภาค

ประเภท	ชื่อธุรกิจ
กรุงเทพมหานคร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amari Boulevard Hotel</li> <li>2. Amari Watergate</li> <li>3. Amoma Hotel, Bangkok</li> <li>4. Baiyoke Sky Hotel</li> <li>5. Chao – Praya Park</li> <li>6. First Hotel</li> <li>7. Holiday Inn Crowne Plaza Bangkok</li> <li>8. Imperial Impala</li> <li>9. Imperial Tara</li> <li>10. JW Marriott</li> <li>11. Le Royal Meridien, Bangkok</li> <li>12. Maruay Garden</li> <li>13. Novotel Lotus</li> <li>14. Radisson Hotel</li> <li>15. Ramada Tawana Hotel</li> <li>16. Pathumwan Princess Hotel</li> <li>17. Shangri - La Hotel</li> <li>18. Sheraton Grand Sukbunvit</li> <li>19. Siam City Hotel &amp; Resort</li> <li>20. Sofitel Central Plaza</li> <li>21. The Dusit Thani Hotel</li> <li>22. The Imperial Queen's Park</li> <li>23. The Regent, Bangkok</li> </ol>
ภาคกลาง	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dusit Resort and Polo Club</li> <li>2. Hua-Hin Marriott Resort &amp; Spa</li> <li>3. Krungsri-River Hotel</li> <li>4. Methavalai, Cha-Am</li> <li>5. Sofitel Central Hua-Hin Resort</li> </ol>

ตารางภาคผนวกที่ 7.1

แสดงรายชื่อโรงแรมที่ให้ข้อมูล จำแนกภูมิภาค (ต่อ)

ประเภท	ชื่อธุรกิจ
ภาคตะวันออก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ambassador City Jomtien Hotel</li> <li>2. Asia Pattaya Hotel</li> <li>3. Bangsaen Beach Resort</li> <li>4. Grand Jomtien Palace Hotel</li> <li>5. Novotel Coralia Rim Pae</li> <li>6. Pattaya Park Beach</li> <li>7. Royal Cliff Beach Resort</li> <li>8. Siam Baysore Resort</li> <li>9. The City, Sriracha</li> </ol>
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lai Thong Hotel</li> <li>2. Royal Mekong Nongkai</li> <li>3. Sofitel Raja Orchid, Khon Khen</li> </ol>
ภาคเหนือ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amari Rincome</li> <li>2. Amarin Lagoon</li> <li>3. Amarin Nakorn, Pitsanuloke</li> <li>4. BAAN Boran</li> <li>5. Chiangmai Plaza</li> <li>6. Lotus Pang Suan Keaw</li> <li>7. Regent Chiangmai</li> <li>8. The Empress Chiangmai Hotel</li> <li>9. Wangcome hotel, Chiang Rai</li> <li>10. Westin Riverside Plaza Chiangmai</li> <li>11. Wieng Inn</li> </ol>

ตารางภาคผนวกที่ 7.1

แสดงรายชื่อ โรงแรมที่ให้ข้อมูล จำแนกภูมิภาค (ต่อ)

ประเภท	ชื่อธุรกิจ
ภาคใต้	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Allamanda Laguna Phuket</li> <li>2. Baan Sukhothai Hotel</li> <li>3. Banyan Tree Phuket</li> <li>4. Central Samui Beach Resort</li> <li>5. Club Andaman Beach Resort</li> <li>6. Holiday Inn Resort, Phuket</li> <li>7. Kata Beach Resort</li> <li>8. Krabi Hotel</li> <li>9. Krabi Meritine Hotel</li> <li>10. Patong Merlin</li> <li>11. Phuket Arcadia Beach Resort</li> <li>12. Royal Phuket City Hotel</li> <li>13. Sheraton Grande Laguna</li> <li>14. Thavorn Grande Plaza</li> <li>15. The Chedi, Phuket</li> </ol>

ตารางภาคผนวกที่ 7.2 แสดงรายชื่อศูนย์ประชุม / แสดงสินค้าที่ให้ข้อมูล

ประเภท	ชื่อธุรกิจ
ศูนย์ประชุม/แสดงสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bangkok International Trade &amp; Exhibition Centre (BITEC)</li> <li>2. Impact Exhibition Center</li> <li>3. Pattaya Exhibition and Convention Hall (PEACH)</li> <li>4. Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC)</li> <li>5. ศูนย์ประชุมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่</li> <li>6. ศูนย์ประชุมเอนกประสงค์ กาญจนภิเษก มหาวิทยาลัยขอนแก่น</li> <li>7. อาคารเอนกประสงค์ มหาวิทยาลัยนเรศวร</li> </ol>

ตารางภาคผนวกที่ 7.3 แสดงรายชื่อบริษัทที่รับจัดการประชุม การแสดงสินค้า และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ให้ข้อมูล

ประเภท	ชื่อธุรกิจ
PCO & PEO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. BITEC (Pharindhom Co., Ltd)</li> <li>2. Bangkok Exhibition Service</li> <li>3. IMPACT Exhibition Center</li> <li>4. Incentive Design Company Limited</li> <li>5. N.C.C Management &amp; Development Co., Ltd.</li> <li>6. RAI Exhibition (Thailand) Co., Ltd (Bangkok RAI)</li> <li>7. Optimum Co., Ltd.</li> </ol>
Contractor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. N.C.C. Image Co., Ltd.</li> <li>2. Right Man Co., Ltd.</li> <li>3. Production Management &amp; Services Co., Ltd.</li> <li>4. U-Rent Co., Ltd.</li> <li>5. XCON Co., Ltd.</li> </ol>
DMC (Tour)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัท โอเรียนทัวร์ จำกัด</li> <li>2. Destination Asia (Thailand) Ltd.</li> <li>3. SEA Tours Co., Ltd</li> <li>4. Siam Express</li> </ol>



ชื่อหน่วยงาน/ธุรกิจ
1. Brink (Thailand) Limited
2. Habitat For Humanity International
3. IDP Education Australia
4. Oxford University Press, ELT Division Thailand
5. ST Andrew International School Bangkok
6. The Board of Investment (BOI)
7. The Minor Food Group Public Co. Ltd
8. UNICEF
9. United Nations Development Fund For Women (UNIFEM)
10. United Nations International Drugs Control Programme (UNDCP)
11. YWAM
12. กรมการบันฑิตพาณิชย์
13. กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
14. กรมไปรษณีย์โทรเลข กองการสื่อสารระหว่างประเทศ
15. กรมราชทัณฑ์ กระทรวงมหาดไทย
16. กรมวิเทศสหการ สำนักนายกรัฐมนตรื
17. กรมศุลกากร สำนักแผนภาษี
18. กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สำนักนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
19. กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ
20. กลุ่มหมอล Hyper tension
21. กองการต่างประเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
22. กองจัดการคุณภาพและเสี่ยง กรมควบคุมมลพิษ
23. กองวิเทศสัมพันธ์ กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม
24. การลหะแห่งชาติ
25. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
26. การท่าเรือแห่งประเทศไทย ฝ่ายโครงการและแผนงาน
27. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ฝ่ายฝึกอบรม)
28. คณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี
29. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางภาคผนวกที่ 7.4 รายชื่อองค์กรผู้จัด / ผู้ประสานงานการประชุมนานาชาติ ที่ให้ข้อมูล (ต่อ)

ชื่อหน่วยงาน/ธุรกิจ
30. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
31. คณะเวชศาสตร์เขตร้อน มหาวิทยาลัยมหิดล
32. คณะสหเวชศาสตร์ มธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
33. บริษัท นายคอมเอเชียแปซิฟิก
34. บริษัท วิสต้า แปซิฟิก จำกัด
35. บริษัทสินเชื่อบุคคลสหกรณ์ขนาดย่อม
36. แพนแทรวีล โปรโมชั่น จำกัด
37. มหาวิทยาลัย นเรศวร คณะเภสัชศาสตร์
38. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
39. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
40. มูลนิธิตระกูลเล้าแห่งประเทศไทย
41. มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย (World vision)
42. รอยัล แบงค็อก สปอร์ต คลับ (Royal Bangkok Sport Club)
43. ราชวิทยาลัยสูตินารีแพทย์ แห่งประเทศไทย
44. ราชวิทยาลัยอายุรแพทย์แห่งประเทศไทย
45. โรงแรมรัตนบัตร ธนาคารแห่งประเทศไทย
46. วิทยาลัยการสาธารณสุข จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
47. ศูนย์พัฒนา การประมงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEAFDEC)
48. ศูนย์ทันตวิศวะกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ
49. ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
50. ศูนย์โสตประสาท การได้ยิน ภาควิชาโสตนาสิกการังษวิทยา รพศิริราช
51. ศูนย์โสตประสาทการได้ยิน ภาควิชาโสตสารังษ แพทย์ศาสตร์ มมหิดล
52. สถาบันควบคุมการบริโภคนยาสูบ
53. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตคลอง
54. สถาบันฝึกอบรมระหว่างประเทศว่าด้วยการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย
55. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
56. สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ
57. สถาบันราชภัฏสุรินทร์
58. สถาบันวิจัยบทบาทหญิงชาย และการพัฒนา
59. สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร
60. สภาอากาศไทย

ตารางภาคผนวกที่ 7.4 รายชื่อองค์กรผู้จัด / ผู้ประสานงานการประชุมนานาชาติ ที่ให้ข้อมูล (ต่อ)

ชื่อหน่วยงาน/ธุรกิจ
61. สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
62. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
63. สมาคมกอล์ฟสตรีสมัครเล่น
64. สมาคมช่างตัดเสื้อไทย
65. สมาคมดิน และปุ๋ยแห่งประเทศไทย
66. สมาคมไทย - ญี่ปุ่น
67. สมาคมนักประเมินราคาอิสระไทย
68. สมาคมนักฟิสิกส์การแพทย์ไทย
69. สมาคมประกันวินาศภัย
70. สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ
71. สมาคมรักบี้ฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
72. สมาคมไลออนสากล แห่งประเทศไทย
73. สมาคมเวชศาสตร์นิวเคลียร์แห่งประเทศไทย
74. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น)
75. ส่วนความร่วมมือระหว่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์
76. สหพันธ์สมาคมมวยไทยสมัครเล่นนานาชาติ
77. สหพันธ์สมาคมสตรีนักธุรกิจ และวิชาชีพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์
78. สำนักการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
79. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ
80. สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด
81. สำนักงานคณะกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ
82. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
83. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
84. สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ
85. สำนักงานประกันสังคม
86. สำนักงานปลัด กองวิเทศสัมพันธ์
87. สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
88. สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรีศึกษาแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
89. สำนักงานวิเทศสัมพันธ์ กรมการผังเมือง
90. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, กระทรวงการคลัง
91. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ตารางภาคผนวกที่ 7.4 รายชื่อองค์กรผู้จัด / ผู้ประสานงานการประชุมนานาชาติ ที่ให้ข้อมูล (ต่อ)

ชื่อหน่วยงาน/ธุรกิจ
92. หน่วยระบาดวิทยาคลินิก คณะแพทยศาสตร์ ม ขอนแก่น
93. องค์กรแคว้น นานาชาติ และมูลนิธิริภัยไทย
94. องค์กรนักศึกษากฎหมายแห่งเอเชีย
95. องค์กรโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
96. องค์กรระหว่างประเทศ เพื่อการ โยกย้ายถิ่นฐาน

## ภาคผนวก 8

---

**แบบสอบถามในการสำรวจผู้ประกอบการ MICE  
และนักท่องเที่ยว MICE**

แบบสอบถาม

---

ธุรกิจการประมงนานาชาติ

(สำรวจผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว)



**Questionnaire (Statistic) – MICE 2001**

*Detail on conferences/ meetings/ seminars during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001*

Company Name ..... Address ..... Post code ..... Tel. ....

Name of respondent ..... Position ..... Date of respond ...../...../.....

**Please specify total number of conference/meeting/seminars during January 1,2001 – December 31,2001**

Local conferences/meetings/seminars

Total Number of local conferences/meetings/seminars .....events      Number of participants ..... Persons

International conferences/meetings/seminars

Total Number of international conferences/meetings/seminars .....events      Number of participants ..... Persons

***Detail on International conferences/meetings/seminars during Jan. 1,2001 – Dec. 31,2001***

*(Please fill in detail on international conferences/meetings/seminars only)*

No.	Date of event			Name of meetings/conferences /seminars	Type of conferences (Definitions are attached)			Is there any exhibition		Total number of participants (Persons)	Organizer	
	Start	Finish	Total		International	Regional	National Offshore	Yes	No		Name	Address./Tel.
Example 00	10 Jan.	15 Jan.	6 days	"AAAAA"			✓		✓	99		







**Questionnaire (Statistic) – MICE 2001**  
**Detail on conferences/meetings/seminars during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001**

Company Name ..... Address ..... Post code ..... Tel. ....  
 Name of respondent ..... Position ..... Date of respond ...../...../.....

**Please specify total number of conference/meeting/seminars during January 1,2001 – December 31,2001**

Local conferences/meetings/seminars

Total Number of local conferences/meetings/seminars.....events      Number of participants.....Persons

International conferences/meetings/seminars

Total Number of international conferences/meetings/seminars .....events      Number of participants.....Persons

**Detail on International conferences/meetings/seminars during Jan. 1,2001 – Dec. 31,2001**

*(Please fill in details of international conferences/meetings/seminars only)*

No.	Date of event			Name of meetings/conferences /seminars	Issue of conferences (Definitions are attached)	Venues	Type of conferences			Group of participants			Detail of participants		Organizer	
	Start	Finish	Total length of stay				International	Regional	National	Associate	Government	Corporate	Nationality	Total	Name	Address./Tel.
<b>Example</b> 00	10 Jan.	15 Jan.	6	"AAAAA"			International						Japan	25		





**Statistic – MICE 2001**

*Detail on conferences/meetings/seminars during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001*

Company's name .....

Address ..... Tel ..... Fax .....

Name of Respondents.....

Please identify your organization

- Government agency
- State enterprise
- Education
- NGO (Local)
- NGO (International Branch)
- Representative of international organization
- Private firm (please specify type of business.....)

Please specify number of international conferences / meetings / seminars which your company organized during 1 January - 31 December 2001 ..... events.

Event No ..... Date of event .....

1. Name of event .....  
 Venue .....  
 Address .....

Please indicate  in box

2. How often do you organize this event?
- once a year (every year)
  - every 2 years
  - every 4 years
  - more than 1 time a year (please specify ..... time)
  - every 3 years
  - Others .....

3. The criteria for choosing venue (Please indicate 1,2,3 in order )
- Member Voting
  - Board Voting
  - Familiar venue
  - Depend on budget
  - Others .....

4. How to organize this international meeting?
- Hire professional company to organize
  - Organize by your staffs.
  - Others .....

5. Are there any sponsors or co-organizers of this event?
- Yes, there are sponsors who are .....
    - Private Company
    - NGO (specify) .....
    - Others (specify).....
  - Yes, there are Co – organizers who are .....
    - Private Company
    - NGO (specify).....
    - Others (specify).....

6. Please classify type of event by the career of participants.

- Meeting that the participants are in same career.
- Meeting that the participants are from same company or group of companies.
- Meeting that the participants are from government agency or state enterprise
- Others (specify)..... ..

7. Please classify type of event by the resident of participants.

- Meeting that the participants came from at least 2 continents
- Meeting that the participants came from several countries within the same continent.
- Meeting that the participants came from another country within the one country and discuss with the host country
- Meetings that the participants are Thai resident

8. Please specify number of participants and accompanying persons broken down by country of resident.

Nationality ..... No. of participants..... persons, accompanying..... persons  
Nationality ..... No. of participants..... persons, accompanying..... persons  
Nationality..... No. of participants..... persons, accompanying..... persons  
Nationality..... No. of participants..... persons, accompanying..... persons  
Nationality..... No. of participants..... persons, accompanying..... persons

9. Registration for foreigner..... Baht or .....US\$

10. The list of official hotel appointed by organizer for this event.

Hotel ..... No..... persons Hotel.....No..... persons  
Hotel ..... No..... persons Hotel.....No..... persons

11. Are there any complimentary tour or special tour?

- No
- Yes (Please specify destination.....)

12. Please indicate the next international conferences / meetings / seminars which your organized by you.

- There is no plan for any international meeting
- There is the plan to organize .....
  1. Name of event.....  
Date..... Venue.....  
Estimated number of participants .....persons.
  2. Name of event.....  
Date..... Venue.....  
Estimated number of participants .....persons.

*(If the meeting in 2001 were organized more than 2 events, please make more copy )*



## MICE 2001 – Participant

This questionnaire is for the **Tourism Authority of Thailand (TAT)** surveying on Convention in Thailand 2001 project. The overall aim of the survey is to enhance tourism service quality. All data collected from this interview will be strictly confidential, and will be used only for statistical purposes on an aggregate basis. We would be grateful if you could spare your time to answer this questionnaire.

Name of Event .....  
Venue ..... Province .....  
Name of Respondent ..... Position .....  
Company Name .....  
Address ..... Area Code .....  
Country ..... Telephone ..... Fax .....

### I. Profile of Participant

1. Nationality .....
2. Country of residence .....
3. Gender  
 Male ..... 1                       Female ..... 2
4. Age ..... years
5. Occupation  
 Professional / Freelance ..... 1  
 Administrative / Managerial Executive ..... 2  
 Clerical, Salesman or Commercial Personnel ..... 3  
 Labor, Production or Service Workers ..... 4  
 Government / State Enterprise Officer ..... 5  
 Others (Please specify) .....
6. Nature of your business  
 Communication (TV/Radio)                       Computer  
 Electronics/Electrical Appliances                       Finance/Banking  
 Insurance/Assurance                       Office Equipment  
 Photo/Camera                       Publication/Printing  
 Others (Please specify) .....

### II. Visit to Thailand

7. What are the motivating factors for you to participate in this conference?  
 Topic is in the interest ..... 1  
 Organization/company instruct to join ..... 2  
 Usually take participation ..... 3  
 Thailand is an attractive venue ..... 4  
 Others (Please specify) .....
8. Satisfaction as choice of? (Thailand as the venue for this conference).  
 Very satisfied ..... 5  
 Satisfied ..... 4  
 So-so ..... 3  
 Not satisfied ..... 2  
 Not satisfied at all ..... 1

9. Is this your first time in Thailand?  
 Yes ..... 1  
 No ..... 2 Please specify the number of visit (including this visit) .....times
10. How many accompanying persons are traveling with you?  
 Travelling alone  
 I travel with my colleague : ..... Persons  
 I Travel with my relative : ..... Persons
11. Duration of staying in Thailand  
 Yourself ..... days  
 Accompanying person ..... days
12. Duration of participation in the conference ..... days
13. What airline did you take from your country to Thailand. ....  
*(Please specify name)*

**III. Satisfaction Measurement**

Please rate your level of satisfaction for each of the following items by using the following 5-point rating scale:-  
 (5= Very Satisfied, 4= Satisfied, 3= So-so, 2= Not satisfied, 1= Not satisfied at all, 0= Not applicable)

Item	Very satisfied (5)	Satisfied (4)	So-so (3)	Not satisfied (2)	Not satisfied at all (1)	Not apply (0)
14. Registration - Term and Condition - Communication						
15. Convenience / Easy to access (Air Route)						
16. Immigration - Speed - Hospitality						
17. Customs procedure - Convenience / Flexibility - Hospitality - Regulation						
18. Vehicle between airport and hotel						
19. Hotel Reception (specify hotel's name .....)						
20. Local Transportation						
21. Venue - Location - Convention room - Dining room / Restaurant						
22. Experience of local contractor (Audio Visual Control)						
<b>23. Overall rating</b>						

24. Does the organizer provide a tour program for the delegates/accompanying person?  
 Yes ..... 1  
 No ..... 2
25. No 2 Do you join organizer's tour program?  
 Yes ..... 1 → go to Q.27  
 No ..... 2
26. If you do not join organizer's tour program, what did you do after the conference?  
 Make your own tour program ..... 1  
 Return home ..... 2 → go to Q.28  
 Make business contact ..... 3 → go to Q.28
27. Please describe the nature of your tour program  
 Cultural tour ..... 1  
 Eco-tour ..... 2  
 Education tour ..... 3  
 Shopping ..... 4  
 Health tour ..... 5  
 Other (Please specify).....

28. Please rate the service quality you received from Hong Kong, Singapore, Malaysia, The Philippines, and Indonesia comparing to Thailand, by using the following scale.

(3= Better than Thailand, 2= Same quality, 1= Thailand is better, 0= Don't know)

	Hong Kong	Singapore	Malaysia	Philippines	Indonesia
<b><u>During the conference</u></b>					
Registration					
Immigration					
Custom procedure					
Transportation					
Hotel					
Venue					
Restaurant					
Audio Visual equipment					
<b>Overall rating</b>					

<b><u>Out of conference</u></b>					
Tourist attraction spots					
Accommodation					
Transportation					
Restaurant & Food Shop					
Tele-communication					
Souvenir shop / Shopping					
Money Exchange					
Ethics of traders					
<b>Overall rating</b>					

#### IV. Expenses

29. Who paid for the total expenses during your stay in Thailand, excluding air fare?

- Fully paid by the Host of this event..... 1
- Fully paid by your company ..... 2
- Fully paid by you ..... 3
- Partly paid by you ..... 4 *Please specify:..... (%) paid by you  
..... (%) paid by .....*

30. Please specify the total expenses during your stay in Thailand, excluding air fare?

*In Total* ..... US\$

31. Please break down the expenses (in Q.30) by the following items.

	Amount of expenses for joining conference (US\$ per Trip)	Amount of your personal expenses (US\$ per day)
Registration		
Accommodation		
Food & Beverage		
Shopping/Souvenir		
Entertainment		
Local Tour & Sight-seeing		
Local Transportation		
Miscellaneous		

32. In case of there are accompanying persons.

Please estimate extra expenses for accompanying persons .....US\$/Trip  
or ..... US\$/day

**V. Trend of Future Trip to Thailand**

33. How possible would you revisit Thailand as a tourist in the next 1, 3, 5, 10 years

	High possibility	Medium possibility	Low possibility	Impossible	If impossible, Why
1 Years	4	3	2	1	
3 Years	4	3	2	1	
5 Years	4	3	2	1	
10 Years	4	3	2	1	

34. If you have your own choice, which country would your most prefer for the next event to be held?

Country	City	Reasons

- Thank you for your kind cooperation -



แบบสอบถาม

---

ธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ

(สำรวจผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว)



**Questionnaire (Statistic) – MICE 2001**  
**Detail on exhibitions during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001**

Company Name..... Address..... Post code..... Tel.....  
 Name of respondent ..... Position..... Date of respond ...../...../.....

**Please specify total number of exhibitions during January 1,2001 – December 31,2001**

Local exhibitions

Total Number of local exhibitions .....events

International exhibitions

Total Number of international exhibitions.....events

**Detail on international exhibitions during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001**

*(Please fill in details of international exhibitions only)*

No.	Date of event			Name of Exhibition	Type of exhibition			Is there any Seminars or Conference		Exhibition Area (Gross)	Organizer	
	Start	Finish	Total		Trade Show	Consumer Show	Both	Yes	No	Square meter	Name	Address./Tel.
<b>Example</b> 00	10 Jan.	15 Jan.	6 days	"AAAAA"		✓			✓	2,000		



**B2 – Organizer/PEO**



No.....

**Questionnaire (Statistic) – MICE 2001**  
**Detail on exhibitions during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001**

Company Name ..... Address ..... Postcode..... Tel.....  
 Name of respondent ..... Position ..... Date of respond ...../...../.....

**Please specify total number of exhibitions during January 1,2001 – December 31,2001**

Local exhibitions

Total Number of local exhibitions..... events    Total Number of exhibitors.....companies    - Total Number of visitors (That resident) ..... persons  
 - Total Number of visitors (from aboard) ..... persons

International exhibitions

Total Number of international exhibitions..... events    Total Number of exhibitors.....companies    - Total Number of visitors (That resident) ..... persons  
 - Total Number of visitors (from aboard) ..... persons

**Detail on international exhibitions during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001**

*(Please fill in detail on international exhibitions only)*

No.	Date of event		Name of Event	Type of Exhibitions <i>(Definitions are attached)</i>			Venue	Number of Exhibitors <i>(Broken down by country of resident)</i>		Number of Visitors <i>(Broken down by country of resident)</i>		Number of staffs		Is there any Seminars/ Conferences		Exhibition Area <i>(m<sup>2</sup>)</i>	Fec (US\$)			Frequency <i>(time year)</i>	
	Start	Finish		Total length of stay	Trade Show	Consumer Show		Trade Show & Customer Show	Type of invite <i>(Definitions are attached)</i>	Thai	Foreigner	Thai	Foreigner	Thai	Foreigner		Yes	No	Exhibitors		Visitors
<b>Example</b>																					
00	10 Jan.	15 Jan.	6	"AAAA"	✓		18	"Abc"	10	USA = 10	10,000	5,000	20	30	✓		1,000	2,500	-	500	2





**MICE 2002 - ข้อมูลสถิติ**  
**รายละเอียดการรับขนส่งอุปกรณ์ตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติ ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2545**

ชื่อกิจการ..... ที่อยู่..... โทรศัพท์.....

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม..... ตำแหน่ง..... วันที่กรอกแบบสอบถาม..... /..... /.....

กรุณาระบุจำนวนรวมทั้งหมดของการรับขนส่งอุปกรณ์ตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติ ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2545

จำนวนการรับขนส่งอุปกรณ์ตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติทั้งหมด..... ครั้ง

รายรับจากการรับขนส่งอุปกรณ์ตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติปี 2545 รวมทั้งสิ้น..... บาท (หากมีข้อมูล)

หมายเหตุ : หากงานใดจัดปีละมากกว่า 1 ครั้ง กรุณาระบุรายละเอียดของงานให้ครบทุกครั้ง

**รายละเอียดการรับขนส่งอุปกรณ์ตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติ ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2545**

(กรุณาระบุเฉพาะรายละเอียดของการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติให้ครบทุกครั้ง)

No.	วัน/เดือน ที่จัดงาน			ชื่อของงานแสดงสินค้า Name of Exhibition	ประเภทงานแสดงสินค้า			ปริมาณการขนส่ง			จำนวน Exhibitor (รวม)
	เริ่มต้น	สิ้นสุด	รวม (วัน)		Trade Show	Consumer Show	ทั้ง 2 ประเภท	จาก ประเทศ	น้ำหนักรวม (Kg.)	มูลค่ารวม (บาท)	
<u>ตัวอย่าง</u> 00	10 ม.ค	15 ม.ค	6	"AAAAA"		✓					

รายละเอียดการรับขนส่งอุปกรณ์ตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติ ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2545

(กรุณาระบุเฉพาะรายละเอียดของการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติให้ครบทุกครั้ง)

No.	วันเดือนที่จัดงาน			ชื่อของงานแสดงสินค้า Name of Exhibition	ประเภทงานแสดงสินค้า			ปริมาณการขนส่ง			จำนวน Exhibitor (รวม)
	เริ่มต้น	สิ้นสุด	รวม (วัน)		Trade Show	Consumer Show	ทั้ง 2 ประเภท	จากประเทศ	น้ำหนักรวม (Kg.)	มูลค่ารวม (บาท)	
ตัวอย่าง											
00	10 ม.ค	15 ม.ค	6	"AAAAA"		✓					



**MICE 2001 - ข้อมูลสถิติ**  
**รายละเอียดการรับตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติ ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2544**

ชื่อกิจการ..... ที่อยู่..... โทรศัพท์.....

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม..... ตำแหน่ง..... วันที่กรอกแบบสอบถาม...../...../.....

กฎกระทรวงจำนวนรวมทั้งหมดของการรับตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติ ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2544

จำนวนการรับตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติทั้งหมด..... ครั้ง

รายรับจากการรับตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้าปี 2544 รวมทั้งสิ้น.....บาท (หากมีข้อมูล)

หมายเหตุ : หากงานใดจัดปีละมากกว่า 1 ครั้ง กรุณาระบุรายละเอียดของงานให้ครบทุกครั้ง

**รายละเอียดการรับตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้านานาชาติ ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2544**

(กฎกระทรวงเฉพาะรายละเอียดของงานแสดงสินค้านานาชาติให้ครบทุกครั้ง)

No	วัน/เดือน ที่จัดงาน			ชื่อของงานแสดงสินค้า Name of Exhibition	ประเภทงานแสดงสินค้า			บริษัท (Exhibitor) จากประเทศ	จำนวนบริษัท (Exhibitor) ที่จัด จ้างตกแต่งพื้นที่	จำนวนเจ้าหน้าที่ จาก ต่างประเทศ.(คน)	พื้นที่ตกแต่ง	
	เริ่มต้น	สิ้นสุด	รวม (วัน)		Trade Show	Consumer Show	ทั้ง 2 ประเภท				ขนาด (ตร.ม)	บาท
<b>ตัวอย่าง</b>												
00	10 ม.ค	15 ม.ค	6	"AAAAA"		✓		ญี่ปุ่น มาเลเซีย	3 2	14 7	100 105	xxx xxx







## MICE 2001 - Exhibitor

This questionnaire is for the **Tourism Authority of Thailand (TAT)** surveying on Convention in Thailand 2001 project. The overall aim of the survey is to enhance tourism service quality. All data collected from this interview will be strictly confidential, and will be used only for statistical purposes on an aggregate basis. We would be grateful if you could spare your time to answer this questionnaire.

Name of Event .....  
Venue ..... Province .....  
Name of Respondent ..... Position .....  
Company Name .....  
Address ..... Area Code .....  
Country ..... Telephone ..... Fax .....

### I. Profile of Participant

1. Nationality .....
2. Country of residence .....
3. Gender  
 Male ..... 1                       Female ..... 2
4. Age ..... years
5. Occupation  
 Professional / Freelance ..... 1  
 Administrative / Managerial Executive ..... 2  
 Clerical, Salesman or Commercial Personnel ..... 3  
 Labor, Production or Service Workers ..... 4  
 Government / State Enterprise Officer ..... 5  
 Students ..... 6  
 Others (Please specify) .....
6. Nature of your business  
 Automobile & Accessories ..... 1  
 Chemical/Cosmetics ..... 2  
 Communication (TV/Radio) ..... 3  
 Computer ..... 4  
 Electronics/Electrical Appliances ..... 5  
 Fashion & Accessories ..... 6  
 Finance/Banking ..... 7  
 Food & Beverage ..... 8  
 Garments ..... 9  
 Heavy Industries/Construction ..... 10  
 Household Products ..... 11  
 Insurance/Assurance ..... 12  
 Office Equipment ..... 13  
 Petrol/Oil ..... 14  
 Pharmaceutical/Medical ..... 15  
 Photo/Camera ..... 16  
 Publication/Printing ..... 17  
 Others (Please specify) .....

**II. Visit to Thailand**

7. What are the motivating factors for you to participate in this conference?
- Topic is in the interest ..... 1
  - Organization/company instruct to join ..... 2
  - Usually take participation ..... 3
  - Thailand is an attractive venue ..... 4
  - Others (Please specify) .....
8. By the time you know that Thailand will be the venue for the conference.  
How do you satisfy with this?
- Very satisfied ..... 5
  - Satisfied ..... 4
  - So-so ..... 3
  - Not satisfied ..... 2
  - Not satisfied at all ..... 1
9. Is this your first time in Thailand?
- Yes ..... 1
  - No ..... 2 *Please specify the number of visit (including this visit) ..... times*
10. How many accompanying persons are traveling with you?
- Travelling alone
  - I travel with my colleague : ..... Persons
  - I Travel with my relative : ..... Persons
11. Duration of staying in Thailand
- Yourself ..... days
  - Accompanying person ..... days
12. Duration of participating in the exhibition..... days
13. What airline did you take from your country to Thailand. ....  
*(Please specify name)*

**III. Satisfaction Measurement**

Please rate your level of satisfaction for each of the following items by using the following 5-point rating scale:-  
(5= Very Satisfied, 4= Satisfied, 3= So-so, 2= Not satisfied, 1= Not satisfied at all, 0= Not applicable)

Item	Very satisfied (5)	Satisfied (4)	So-so (3)	Not satisfied (2)	Not satisfied at all (1)	Not apply (0)
14. Registration - <i>Term and Condition</i> - <i>Communication</i> - <i>Price/Fee</i>						
15. Convenience / Easy to access ( <i>Air Route</i> )						
16. Immigration - <i>Speed</i> - <i>Hospitality</i>						
17. Customs procedure - <i>Convenience / Flexibility</i> - <i>Hospitality</i> - <i>Regulation</i>						
18. Vehicle between airport and hotel						
19. Hotel Reception ( <i>specify hotel's name .....</i> )						
20. Local Transportation						
21. Venue - <i>Location</i> - <i>Convention room</i> - <i>Exhibition hall</i> - <i>Dining room / Restaurant</i>						
22. Experience of local contractor - <i>Organizer</i> - <i>Freight Forwarder</i> - <i>Contractor</i>						
<b>23. Overall rating</b>						

24. Does the organizer provide a tour program for the delegates/accompanying person?

- Yes..... 1
- No ..... 2

25. Do you join organizer's tour program?

- Yes..... 1 → go to Q.27
- No ..... 2

26. If you do not join organizer's tour program, what did you do after the conference?

- Make your own tour program ..... 1
- Return home ..... 2 → go to Q.28
- Make business contact ..... 3 → go to Q.28

27. Please describe the nature of your tour program

- Cultural tour..... 1
- Eco-tour ..... 2
- Education tour ..... 3
- Shopping..... 4
- Health tour ..... 5
- Other (Please specify).....

28. Please rate the service quality you received from Hong Kong, Singapore, Malaysia, The Philippines, and Indonesia comparing to Thailand. by using the following scale.

(3= Better than Thailand, 2= Same quality, 1= Thailand is better, 0= Don't know)

Hong Kong   Singapore   Malaysia   Philippines   Indonesia

**During the exhibition**

	Hong Kong	Singapore	Malaysia	Philippines	Indonesia
Registration					
Immigration					
Custom procedure					
Transportation					
Hotel					
Venue					
Restaurant					
Facilities					
<b>Overall rating</b>					

**Out of exhibition**

	Hong Kong	Singapore	Malaysia	Philippines	Indonesia
Tourist attraction spots					
Accommodation					
Transportation					
Restaurant & Food Shop					
Tele-communication					
Souvenir shop / Shopping					
Money Exchange					
Ethics of traders					
<b>Overall rating</b>					

**IV. Expenses**

29. Who paid for the total expenses during your stay in Thailand, excluding air fare?

- Fully paid by the Host of this event..... 1
- Fully paid by your company ..... 2
- Fully paid by you ..... 3
- Partly paid by you ..... 4 Please specify: ..... (%) paid by you  
..... (%) paid by .....

30. Please specify the total expenses during your stay in Thailand, excluding air fare and booth decoration? *In Total* ..... US\$

31. Please break down the expenses (in Q.30) by the following items.

	Amount of expenses for joining conference (US\$ per Trip)	Amount of your personal expenses (US\$ per day)
Registration		
Accommodation		
Food & Beverage		
Shopping/Souvenir		
Entertainment		
Local Tour & Sight-seeing		
Local Transportation		
Miscellaneous		

32. In case of there are accompanying persons.

Please estimate extra expenses for accompanying persons .....US\$/Trip  
or ..... US\$/day

33. Please specify/estimate the cost of booth decoration in total .....US\$ and break down to

- Construction ..... US\$
- Furniture Rental ..... US\$
- Fascia & Logo Rental ..... US\$
- Lighting & Electronics ..... US\$
- Plant Rental ..... US\$
- Internet Service ..... US\$
- Freight Forwarder ..... US\$
- Other ..... US\$

**V. Trend of Future Trip to Thailand**

34. How possible would you revisit Thailand as a tourist in the next 1, 3, 5, 10 years

	High possibility	Medium possibility	Low possibility	Impossible	If impossible, Why
1 Years	4	3	2	1	
3 Years	4	3	2	1	
5 Years	4	3	2	1	
10 Years	4	3	2	1	

35. If you have your own choice, which country is your most prefer for the next event?

Country	City	Reasons

- Thank you for your kind cooperation -



## MICE 2001 - Visitor

This questionnaire is for the **Tourism Authority of Thailand (TAT)** surveying on Exhibition in Thailand 2001 project. The overall aim of the survey is to enhance tourism service quality. All data collected from this interview will be strictly confidential, and will be used only for statistical purposes on an aggregate basis. We would be grateful if you could spare your time to answer this questionnaire.

Name of Event .....  
Venue ..... Province .....  
Name of Respondent..... Position .....  
Company Name .....  
Address ..... Area Code .....  
Country ..... Telephone..... Fax.....

### I. Profile of Visitor

1. Nationality .....
2. Country of residence .....
3. Gender  
 Male ..... 1                       Female ..... 2
4. Age.....years
5. Occupation  
 Professional / Freelance ..... 1  
 Administrative / Managerial Executive ..... 2  
 Clerical, Salesman or Commercial Personnel ..... 3  
 Labor, Production or Service Workers ..... 4  
 Government / State Enterprise Officer ..... 5  
 Students ..... 6  
 Others (Please specify) .....
6. Nature of your business  
 Automobile & Accessories ..... 1  
 Chemical/Cosmetics ..... 2  
 Communication (TV/Radio)..... 3  
 Computer ..... 4  
 Electronics/Electrical Appliances ..... 5  
 Fashion & Accessories ..... 6  
 Finance/Banking ..... 7  
 Food & Beverage..... 8  
 Garments..... 9  
 Heavy Industries/Construction ..... 10  
 Household Products..... 11  
 Insurance/Assurance ..... 12  
 Office Equipment ..... 13  
 Petrol/Oil ..... 14  
 Pharmaceutical/Medical ..... 15  
 Photo/Camera ..... 16  
 Publication/Printing ..... 17  
 Others (Please specify) .....

**II. Visit to Thailand**

What are the motivating factors for you to participate in this exhibition?

- Topic is in the interest ..... 1
  - Organization/company instruct to join ..... 2
  - Usually take participation ..... 3
  - Thailand is an attractive venue ..... 4
  - To get to gather with friends..... 5
  - Others (Please specify).....
7. By the time you know that Thailand will be the venue for the exhibition. How do you satisfy with this?
- Very satisfied..... 5
  - Satisfied ..... 4
  - So-so ..... 3
  - Not satisfied..... 2
  - Not satisfied at all ..... 1
8. Is this your first time in Thailand?
- Yes ..... 1
  - No ..... 2 *Please specify the number of visit (including this visit) .....times*
9. How many accompanying persons are traveling with you?
- Travelling alone
  - I travel with my colleque : ..... Persons
  - I Travel with my relative : ..... Persons
10. Duration of staying in Thailand
- Yourself ..... days
  - Accompanying person ..... days
11. Duration of participating in the exhibition ..... days
12. What airline did you take from your country to Thailand. ....  
*(Please specify name)*

**III. Satisfaction Measurement**

Please rate your level of satisfaction for each of the following items by using the following 5-point rating scale:- (5= Very Satisfied, 4= Satisfied, 3= So-so, 2= Not satisfied, 1= Not satisfied at all, 0= Not applicable)

Item	Very satisfied (5)	Satisfied (4)	So-so (3)	Not satisfied (2)	Not satisfied at all (1)	Not apply (0)
13. Registration - <i>Term and Condition</i> - <i>Communication</i> - <i>Price/Fee</i>						
14. Convenience / Easy to access ( <i>Air Route</i> )						
15. Immigration - <i>Speed</i> - <i>Hospitality</i>						
16. Customs procedure - <i>Convenience / Flexibility</i> - <i>Hospitality</i> - <i>Regulation</i>						
17. Vehicle between airport and hotel						
18. Hotel Reception ( <i>specify name</i> .....						
19. Local Transportation						
20. Experience of local contractor						
21. Venue - <i>Location</i> - <i>Convention room</i> - <i>Exhibition hall</i>						
22. Overall rating						

23. Does the organizer provide a tour program for the delegates/accompanying person?

- Yes.....1
- No .....2

24. Do you join organizer's tour program?

- Yes.....1 → go to Q.26
- No .....2

25. If you do not join organizer's tour program, what did you do after the exhibition?

- Make your own tour program ..... 1
- Return home ..... 2 → go to Q.27
- Make business contact ..... 3 → go to Q.27

26. Please describe the nature of your tour program

- Cultural tour..... 1
- Eco-tour ..... 2
- Education tour ..... 3
- Shopping..... 4
- Health tour ..... 5
- Other (*Please specify*).....

27. Please rate the service quality you received from Hong Kong, Singapore, Malaysia, The Philippines, and Indonesia comparing to Thailand, by using the following scale.

(3= Better than Thailand, 2= Same quality, 1= Thailand is better, 0= Don't know)

	Hong Kong	Singapore	Malaysia	Philippines	Indonesia
<b><u>During the exhibition</u></b>					
Registration					
Immigration					
Custom procedure					
Transportation					
Hotel					
Venue					
<b>Overall rating</b>					

	Hong Kong	Singapore	Malaysia	Philippines	Indonesia
<b><u>Out of exhibition</u></b>					
Tourist attraction spots					
Accommodation					
Transportation					
Restaurant & Food Shop					
Tele-communication					
Souvenir shop / Shopping					
Money Exchange					
Ethics of traders					
<b>Overall rating</b>					



**IV. Expenses**

28. Who paid for the total expenses during your stay in Thailand, excluding air fare?

- Fully paid by the Host of this event..... 1
- Fully paid by your company ..... 2
- Fully paid by you ..... 3
- Partly paid by you ..... 4 *Please specify..... (%) paid by you  
..... (%) paid by .....*

29. Please estimate the total expenses during your stay in Thailand, excluding air fare?

*In Total.....US\$*

30. Please break down the expenses (in Q.29) by the following items.

	Amount of expenses for joining exhibition (US\$ per Trip)	Amount of your personal expenses (US\$ per day)
Registration		
Accommodation		
Food & Beverage		
Shopping/Souvenir		
Entertainment		
Local Tour & Sight-seeing		
Local Transportation		
Miscellaneous		

31. In case of there are accompanying persons.

Please estimate extra expenses for accompanying persons      US\$/Trip  
or ..... US\$/day

32. How possible would you revisit Thailand as a tourist in the next 1, 3, 5, 10 years

	High possibility	Medium possibility	Low possibility	Impossible	If impossible, Why
1 Years	4	3	2	1	
3 Years	4	3	2	1	
5 Years	4	3	2	1	
10 Years	4	3	2	1	

33. If you have your own choice, which country is your most prefer for the next event?

Country	City	Reasons

- Thank you for your kind cooperation -

แบบสอบถาม

---

ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

(สำรวจผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว)







**Questionnaire (Statistic) – MICE 2001**  
**Detail on incentive group during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001**

Company Name..... Address..... Post code..... Tel.....  
 Name of respondent..... Position..... Date of respond ..../...../.....

**Please specify total number of incentive group during January 1,2001 – December 31,2001**

Local incentive group

Total Number of local incentive group ..... groups      Number of travelers..... Persons

International incentive group

Total Number of international incentive group..... groups      Number of travelers..... Persons

**Detail on international incentive group during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001**  
 (Please fill in detail on incentive group)

No.	Date of trip			Sponsor name	Type of business (Definitions are attached)	Country of resident	Destination	Travelers (Persons)			Expense		Expense Break down by item (If available)
	Start	Finish	Total length of stay					Total	Thai	Foreigner (Please specify country of resident)	(Baht / group /trip)	(Baht / person /trip)	
00	22 Jan	24 Jan.	3	Shell Singapore	14	Singapore	Bangkok – Chiang Mai – Sukhothai	250	25	China = 150 Singapore = 50 Malaysia = 25	5,000,000	20,000	Accommodation = 10 % Sight Seeing = 30 % Foods & Beverages = 40 % Souvenir = 10 % Others = 10 %
													Accommodation = .. % Sight Seeing = .. % Foods & Beverages = .. % Souvenir = .. % Others = .. %

**Detail on international incentive group during Jan. 1, 2001 – Dec. 31, 2001**

*(Please fill in detail on incentive group)*

No.	Date of trip			Sponsor name	Type of business <i>(Definitions are attached)</i>	Country of resident	Destination	Travelers (Persons)			Expense		Expense Break down by item <i>(If available)</i>
	Start	Finish	Total length of stay					Total	Thai	Foreigner <i>(Please specify country of resident)</i>	<i>(Baht / group /trip)</i>	<i>(Baht / person /trip)</i>	
													Accommodation ..... % Sight Seeing ..... % Foods & Beverages ..... % Souvenir ..... % Others ..... %
													Accommodation ..... % Sight Seeing ..... % Foods & Beverages ..... % Souvenir ..... % Others ..... %
													Accommodation ..... % Sight Seeing ..... % Foods & Beverages ..... % Souvenir ..... % Others ..... %
													Accommodation ..... % Sight Seeing ..... % Foods & Beverages ..... % Souvenir ..... % Others ..... %
													Accommodation ..... % Sight Seeing ..... % Foods & Beverages ..... % Souvenir ..... % Others ..... %



## MICE 2001 - Incentive Travelers

This questionnaire is for the **Tourism Authority of Thailand (TAT)** surveying on Incentive Traveler in Thailand, 2001 project. The overall aim of the survey is to enhance tourism service quality. All data collected from this interview will be strictly confidential, and will be used only for statistical purposes on an aggregate basis. We would be grateful if you could spare your time to participate this interview.

### I Profile of Incentive Travelers

1. Nationality .....
2. Country of residence .....
3. Gender  
 Male..... 1                       Female..... 2
4. Age .....years
5. Occupation.....
6. Nature of your business.....

### II Visit to Thailand

7. By the time you know that Thailand is the venue for the incentive travel, how do you satisfy with this?  
 Very satisfied..... 5  
 Satisfied ..... 4  
 So-so..... 3  
 Not satisfied..... 2  
 Not satisfied at all ..... 1
8. Is this your first time in Thailand?  
 Yes..... 1  
 No ..... 2 *Please specify the number of visit (including this visit).....*
9. Considering the incentive program, how many days have you participated in the travelling activities of the program? Total .....days.
10. Duration of staying in Thailand? Total .....days.

### III Satisfaction Measurement

11. Please name the province and rating in the following table that you already have visited in 2001-2002 (by using the following scores).  
 (5=Very Satisfied, 4=Satisfied, 3=So-so, 2=Not satisfied, 1=Not satisfied at all, 0=Never use the service)

	Province (1)	Province (2)	Province (3)	<i>Rating</i>
• Tourist attraction spots				5= <i>Very satisfied</i>
• Accommodations				4= <i>Satisfied</i>
• Transportation				3= <i>So-so</i>
• Restaurants & food shops				2= <i>Not satisfied</i>
• Telecommunication				1= <i>Not satisfied at all</i>
• Souvenir shop/shopping				0= <i>Never use the service</i>
• Money exchange				
• Ethics of traders				

12. Which Thai province do you like most?.....

**IV Expenses**

13. Who paid for the total expenses during your stay in Thailand, excluding air fare?  
 Fully paid by sponsor ..... 1  
 Party paid by you ..... 2 *Please specify ..... (%) paid by you*
14. Please specify the total personal expenses during your stay in Thailand, excluding air fare?  
*In Total ..... US\$*
15. Please break down the personal expenses (in Q.14) by the following items.

	Amount of your personal expenses (US\$)
Accommodation	
Food & Beverage	
Shopping/Souvenir	
Entertainment	
Local Tour & Sight-seeing	
Transportation	
Miscellaneous	

**V Trend of Future International Incentive Travel in Thailand**

16. How possible would you revisit Thailand as a tourist in the next 1, 3, 5 and 10 years

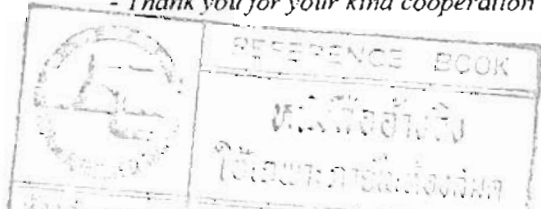
	High possibility	Medium possibility	Low possibility	Impossible	If impossible, Why
<b>1 Years</b>	4	3	2	1	
<b>3 Years</b>	4	3	2	1	
<b>5 Years</b>	4	3	2	1	
<b>10 Years</b>	4	3	2	1	

17. If you have your own choice, which country is your most prefer for the next incentive travel?

Country	City	Reasons

18. If there is any comment, please advise.....  
 .....  
 .....  
 .....

- Thank you for your kind cooperation -







**บริษัท อินฟอร์เมชัน โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด**  
เลขที่ 254/18 ถนนอำนาจสงคราม เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทร. 0-2243-6319-20, 0-2243-3138  
แฟกซ์ 0-2243-7092, 0-2669-0053 Email: ipc16@ksc.th.com

พิมพ์ที่ : คิวพีเอ็นท์ , บริษัท อักษรโสภณ จำกัด

58 ซ นภาศัพท์ (แยกที่ 5) ถ.สุขุมวิท 36 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

นายแสวง ส่งเสริมสวัสดิ์ ผู้พิมพ์โฆษณา



บริษัท อินฟอร์เมชัน โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด

เลขที่ 254/18 ถนนอำนาจสงคราม เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทร : 0-2243-6319-20, 0-2243-3138 โทรสาร : 0-2669-0053, 0-2243-7092

E-mail: [ipc16@mweb.co.th](mailto:ipc16@mweb.co.th)