

วิชาความรู้เบื้องต้นธุรกิจไมซ์

ครั้งที่ 1 Introduction to MICE Business

1. ข้อตกลงในการเรียน

- 1.1. การเข้าเรียน / สาย / ลา
- 1.2. ตั้งใจเรียน โต้ตอบ ปฏิสัมพันธ์
- 1.3. ความรับผิดชอบในการส่งงาน ภายในเวลาที่กำหนด
- 1.4. การแต่งกาย ชุดนักศึกษา เสื้อเอก เสื้อเฟรชชีโต้
- 1.5. ไม่เล่นโทรศัพท์ในเวลารเรียน / ยกเว้นต้องค้นคว้า

2. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจขนาดใหญ่ 4 ธุรกิจ

- 2.1. ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (Meetings)
- 2.2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives)
- 2.3. การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions)
- 2.4. การจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions)

3. ความแตกต่างระหว่างธุรกิจเพื่อพักผ่อนกับธุรกิจไมซ์ 6 ประเด็น

- 3.1. ผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว
- 3.2. ผู้เลือกสถานที่ท่องเที่ยว
- 3.3. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว
- 3.4. ระยะเวลาสำรองการท่องเที่ยว
- 3.5. ประเภทของผู้เดินทางท่องเที่ยว
- 3.6. ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว

ความหมายของธุรกิจไมซ์

สมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศอาเซียน (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus-AACVB) ให้นิยามว่า “ธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้า โดยมีการจัดการที่ดีและสมบูรณ์ อย่างมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการจัดประชุม ด้านอาหารเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านการรับส่งสินค้าที่จัดแสดง ด้านพิธีการศุลกากร”

M = Meetings

หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดประชุมของบุคคลในองค์กรเดียวกันหรือสมาคมเดียวกัน อาจจัดประชุมระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับชาติ ระดับภายในประเทศก็ได้ เป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือวางแผนล่วงหน้า แบ่งได้ 3 ประเภท

1. Association Meetings การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในสมาคมหรือกลุ่มอาชีพเดียวกัน โดยอาจใช้คำอื่น ๆ แทน เช่น Conference, congress, seminar และ Symposium

2. Corporate meetings การประชุมกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรเดียวกัน ประเทศเดียวกัน ภูมิภาคเดียวกัน มักจัดโดยบริษัท มีอิสระในการเลือกสถานที่จัดประชุม เสมือนเป็นการประชุมของบริษัท เฉลี่ยผู้เข้าร่วมประมาณ 50 คน

3. Government meetings การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากหน่วยงานราชการที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการ แบ่งย่อยได้ 4 ลักษณะ

- International meetings การประชุมองค์กรระดับนานาชาติ มาจากทวีปต่างๆ ตั้งแต่ 2 ทวีปขึ้นไป
- Regional meetings ผู้เข้าร่วมมาจากประเทศต่างๆ ในทวีปเดียวกัน ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป
- National offshore meetings ผู้เข้าร่วมเดินทางมาจากประเทศใดประเทศหนึ่งในทวีปต่างๆ
- Domestic meetings ผู้เข้าร่วมประชุมมาจากกิจการเดียวกันทุกสัญชาติที่มีถิ่นพำนักถาวรภายในประเทศนั้น

I = Incentive

การจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน หรือดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนด บริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด แบ่งย่อยได้ 2 ประเภท

- Individual incentivesการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่พนักงานรายบุคคล พนักงานสามารถเลือกที่เที่ยวเองได้
- Group incentivesการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่พนักงานเป็นกลุ่ม ประกอบด้วย (user-ผู้ใช้บริการ/ลูกค้า, channel-ตัวแทนจำหน่ายที่ทำยอดขายได้, inner-พนักงานภายในบริษัท)

C = conventions

การประชุมนานาชาติของกลุ่มบุคคลต่างองค์กรในสายอาชีพเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด มักมีผู้เข้าร่วมประมาณ 800คน ส่วนใหญ่สมาคมระดับนานาชาติเป็นผู้จัด มีรูปแบบการจัด 2 ลักษณะ คือ

- แบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิก มักใช้วิธีเวียนตามตัวอักษรและตามภูมิภาค
- แบบประมูลเพื่อเป็นประเทศเจ้าภาพในการจัดงาน ประเทศสมาชิกที่ต้องการเป็นเจ้าภาพจะส่งตัวแทนเข้าร่วมประมูลในสมาคม มักมีต้นทุนสูงและต้องใช้เวลาในการเตรียมงานนาน

ความแตกต่างระหว่าง M กับ C

- จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม C จะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 100-10,000 คน ส่วน M มีผู้เข้าร่วมตั้งแต่ 10 คน จนถึงหลายร้อยคน
- รายได้จากการประชุม C จะมีรายได้จากการจัดประชุมสูงกว่า M เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมมากกว่าและมักเก็บค่าลงทะเบียน

E = exhibitions

คือ การจัดงานแสดงสินค้า เพื่อขายให้กับอุตสาหกรรม หรือผู้ซื้อ อาจจัดในระดับนานาชาติ ภูมิภาคชาติก็ได้ แบ่งย่อยได้ 3 ประเภท

- Trade show งานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ
- Consumer show งานแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภค
- Trade and consumer show งานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการและผู้บริโภคพร้อมกัน

ครั้งที่ 2 ความเป็นมา และความสำคัญของธุรกิจไมซ์

ธุรกิจไมซ์ (MICE Business) เป็นอุตสาหกรรมของการจัดงาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์งานอีเว้นท์ถูกพัฒนามาจากธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษในการเป็นตัวกลางจัดประชุมทั้งแบบ Meetings และ Conventions การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า

จุดเริ่มต้นธุรกิจไมซ์ ตามประวัติศาสตร์ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าการจัดประชุมที่มีแบบแผนทางการเริ่มต้นเมื่อใด ที่ใด แต่การจัดประชุมได้รับความนิยมมากในภูมิภาคยุโรป โดยเฉพาะ การประชุม Congress of Vienna เดือนพฤศจิกายน ค.ศ.1814ถึงมิถุนายน ค.ศ.1815 มีผู้เข้าร่วมประชุมคือ Alexander I จากรัสเซีย, Prince Karl August von Hardenbergจากรัสเซีย, Viscount Castlereagh and the Duke of Wellingtonจากอังกฤษ ซึ่งเป็นการประชุมเกี่ยวกับการรวมอำนาจ

ธุรกิจไมซ์เริ่มจริงจังในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 เมื่อมีการจัดประชุมด้านการเมืองและวิทยาศาสตร์ในประเทศแถบยุโรป

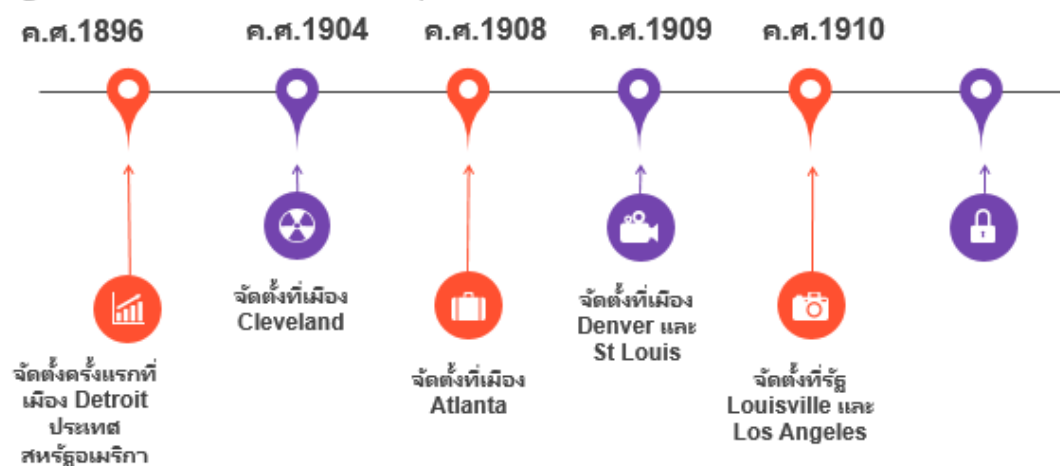
“การประชุมใหญ่แห่งเวียนนา” โดยฌ็อง-บาติสต์ อีซาแบ ราว ค.ศ. 1819 แม้ว่าผู้แทนจากทุกรัฐที่เข้าร่วมสงครามจะได้รับการเชิญมาประชุม แต่การตอรองที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นไปโดย “สี่มหาอำนาจ” ซึ่งได้แก่บริเตน รัสเซีย ฝรั่งเศส และออสเตรีย

การประชุมใหญ่แห่งเวียนนาก็เป็นเหตุการณ์แรกในประวัติศาสตร์ที่เป็นการประชุมระดับทวีปที่พยายามหาทางตกลงสนธิสัญญาร่วมกันเป็นการชุมนุมที่มีใช้การประชุมอย่างเป็นทางการ ที่มีได้มีการประชุมเต็มคณะ (plenary session) การพบปะกันส่วนใหญ่เป็นไปอย่างไม่เป็นทางการ การพบกันตัวต่อตัว

ธุรกิจไมซ์ในสหรัฐอเมริกา

สำหรับในประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 ได้มีการรวมกลุ่มของธุรกิจการค้า โดยจัดตั้งสมาคมการค้าสาขาวิชาชีพต่างๆ ขึ้นมากมาย มีการจัดประชุมสม่ำเสมอตามโรงแรม จึงเป็นสาเหตุให้ในปี ค.ศ.1896 มีการจัดตั้ง **องค์การที่ทำหน้าที่บริหารศูนย์การจัดประชุม (Convention Bureau)** ขึ้นเป็นแห่งแรกที่เมือง Detroit ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2439 (ค.ศ.1896)ได้มีการก่อตั้งสมาคมการประชุมดีทรอยต์และนักธุรกิจ (The Detroit Convention and Businessmen’s League) ปัจจุบันเป็นที่รู้จักในชื่อ Detroit Metro Convention & Visitors Bureau เป็นองค์กรประเภทConvention แห่งแรกในโลก

Timeline จัดตั้งองค์การที่ทำหน้าที่บริหาร ศูนย์การจัดประชุม (Convention Bureau)



ปี ค.ศ. 1914 จัดตั้ง The International Association of Convention and Visitor Bureaus (IACVB) สำนักงานส่งเสริมการประชุมและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

จนกระทั่งในปี ค.ศ.1963 ได้ก่อตั้ง The International Congress and Convention Association เป็นสมาคมที่ส่งเสริมและสนับสนุนจัดประชุมนานาชาติที่มีบทบาทมาก ในปีค.ศ.2000 สมาคมนี้นี้มีสมาชิกมากถึง 550 ราย จาก 76ประเทศ

ปี ค.ศ.1982 จัดตั้ง The Birmingham Convention and Visitor Bureaus ทำให้เห็นว่าธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศแถบยุโรปมีพัฒนาการช้ากว่าในอเมริกา ต่อมาเมืองใหญ่ๆ อาทิ Munich, Frankfurt , Macao, Queenslandมีการสร้างศูนย์ประชุมของตัวเอง เพื่อจัดประชุมธุรกิจการค้า ศาสนา

ส่วนการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition) เริ่มในช่วงศตวรรษที่ 18 ณ ประเทศอังกฤษ เป็นผลจากการพัฒนาอุตสาหกรรม ทำให้ต้องมีการแนะนำสินค้าใหม่ๆ จากกรรมวิธีการผลิตสินค้าใหม่ๆ ให้ผู้บริโภคได้รู้จัก เช่น งานมหกรรมแสดงสินค้านานาชาติอย่างงานวังแก้วลึกลับแห่งกรุงลอนดอน (London's Crystal Palace) ต่อมาประเทศต่างๆ ก็นิยมจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้ามากมาย ถือว่าเป็นการพัฒนาธุรกิจไม่ใช้อย่างเต็มรูปแบบ

ในปี ค.ศ.1980-1990 สถานที่ที่ได้รับความนิยมในการจัดงานประชุมมากที่สุด กลายเป็น แหล่งท่องเที่ยว และเมืองชายทะเล

หลังช่วงปี ค.ศ.1990 สถานที่จัดประชุมสถานที่จัดประชุมที่นิยมมากคือ สถานที่ที่เป็นแหล่งวัฒนธรรม และสถานที่ที่มีกิจกรรมพิเศษด้านนันทนาการและกีฬา

ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย



พัฒนาบุคลากรเพื่อประกอบอาชีพธุรกิจไมซ์ เช่น ผู้จัดการงานประชุมมืออาชีพ (PCO), ผู้จัดการงานแสดงสินค้านานาชาติ (PEO), และบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC)



ศูนย์ประชุมในประเทศไทย

1. การสร้างศูนย์ประชุมบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ (Bangkok Convention Center) ที่โรงแรมโซฟิเทลเซ็นทรัล เป็นศูนย์การประชุมมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทย
2. ปี พ.ศ.2534 การสร้างศูนย์การประชุมนานาชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center-QSNCC)
3. ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Trade & Exhibition Centre – BITEC)
4. ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติอิมแพค (Impact Exhibition Centre)

5. ศูนย์ประชุมโรงแรมแอมบาสเตอร์และโรงแรมรอยัลออคิดเชอราตัน

6. ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมพัทยา (Pataya Exhibition Centre Hall-PEACH) ถูกจัดให้เป็น ศูนย์ประชุมที่ดีที่สุดในอันดับ Top Ten ในภูมิภาคเอเชีย

แปซิฟิก

7. ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาตินนทบุรี พัทยา (NICE

จุดแข็งสำหรับธุรกิจไมซ์

1. การเข้าถึง (Accessibility): สนามบินนานาชาติทั้งหมด 10 แห่ง

2. ศูนย์กลางบินในภูมิภาคเอเชีย : มีสายการบินระหว่างประเทศกว่า 80 สายการบินจากประเทศต่างๆบินเข้ามายังประเทศไทย

3. ระบบการเดินทางภายใน

4. สถานที่จัดประชุม (Venue) + สถานที่รับรองได้มาตรฐาน

5. บุคลากรมีศักยภาพความสามารถและประสบการณ์ในการเป็นเจ้าภาพการจัดประชุม: เช่น การประชุม IMF, ASEM, UNCTAD และ ADB

6. มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว+แหล่งท่องเที่ยว ที่น่าสนใจหลากหลาย: ทะเล ภูเขา ป่า น้ำตก แม่น้ำ ชายหาด เกาะแก่ง

7. อาหารไทยที่มีรสชาติชวนหลงใหล: สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิศาสตร์ ทำให้มีข้อเสนอมากมายในการจัดเลี้ยง

8. อัยาศัยไมตรีอันดีของไทยในการต้อนรับแขกผู้มาเยือน + เสน่ห์จากการต้อนรับขับสู้ความงดงามของรอยยิ้มคนไทย

9. วัฒนธรรมและประเพณีที่เก่าแก่ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น : มนต์เสน่ห์แห่งประเพณีและวัฒนธรรม

10. ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยค่อนข้างต่ำและคุ้มค่าเงินของผู้จัดประชุม ผู้เข้าร่วมประชุม

11. เมืองค์กรและสมาคมระหว่างประเทศ: 21 หน่วยงาน และมีสำนักงานตัวแทนขององค์กรและสมาคมระหว่างประเทศอยู่ประมาณ 211 แห่ง ซึ่งจัดว่าเป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการเสนอให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการประชุม

12. มีฐานการบริโภคมาก: เนื่องจากมีจำนวนประชากรภายในประเทศมากกว่า 60 ล้านคน

จุดอ่อนของธุรกิจไมซ์อยู่ 4 ประการ



บทบาทของธุรกิจไมซ์

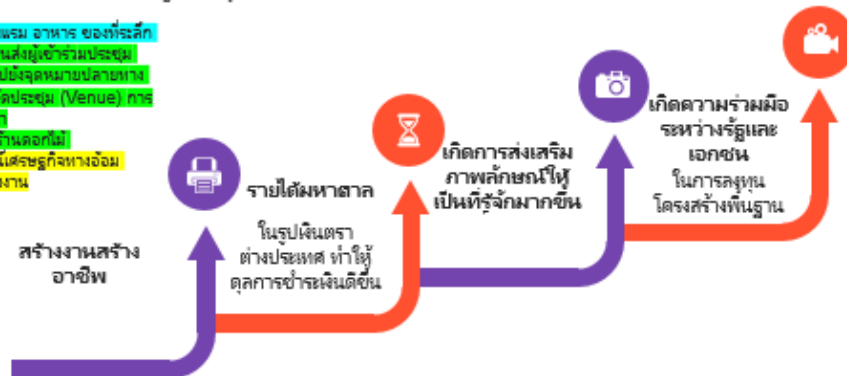
คือ การนำเสนอการจัดงานและกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงานโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นเวทีการจัดงานที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศไทย



ความสำคัญของธุรกิจไมซ์

กระตุ้นเศรษฐกิจ + กระจายรายได้สู่ภาคธุรกิจ

เช่น ศูนย์การประชุม ธุรกิจโรงแรม อาหาร ของที่ระลึก
ธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การขนส่งผู้เข้าร่วมประชุม
และอุตสาหกรรมด้านการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือสถานที่จัดประชุม (Venue) การโฆษณา
ประชาสัมพันธ์ ร้านค้าปลีก
และยังก่อให้เกิดประโยชน์เศรษฐกิจทางอ้อม คือการจ้างงาน



ศักยภาพในการจัดกิจกรรมไมซ์



เชียงใหม่
CSR สัมผัสหลากหลายศาสนา

อุดร-หนองคาย
Meeting ชิงแชมป์

พิษณุโลก
Slow Life ชิมเมืองสองแคว

ขอนแก่น
Field Trip ค้างมาแต่สนุกเล่นทางใหม่

บางน้ำผึ้ง
CSR ทัศนาเรือแบบไฮเทคพร้อม

เขาใหญ่
ประชุมกลางป่า สัมผัสสัมผัสไอโซน

พิกษา
Outing อนุรักษ์ทะเลสู่ธรรมชาติ

พะจัน
Team Building ทัศนาธรรมศิลป์จากพระจันทร์

ภูเก็ต
สัมมนาโอลด์ทาวน์ ชมวิถีชาวเพอรานากัน

สงขลา-ปัตตานี
เล่นกีฬาวิถี สัมมนาหลากหลายวัฒนธรรม

ร่วมจัดกิจกรรมไมซ์ได้ง่าย ๆ ผ่าน

10 เส้นทางไมซ์สร้างสรรค์

ไม่ต้องคิดมากเรื่องประชุมนอกสถานที่อีกต่อไป เพราะวันนี้ก็เสียบรวม 10 เส้นทางไมซ์สร้างสรรค์ ที่จะทำให้การจัดงานไมซ์ของทุกองค์กรเป็นเรื่องง่าย เกมยังได้ประสบการณ์ใหม่ หลากหลายรูปแบบไม่ซ้ำใคร

นานาชาติมองประเทศไทยเป็นจุดหมายใหม่ (New Destination) ที่น่าสนใจสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์

ตลาดต่างประเทศ

สถิตินักท่องเที่ยวไมซ์ “ตลาดต่างชาติ” ใน “พัทยา” พบว่าในช่วง 3 ไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2566 (ต.ค. 2565 - มิ.ย. 2566) มีจำนวนสะสม 35,600 คน สร้างรายได้ 2,188 ล้านบาท ขณะที่ตลอดปีงบประมาณ 2565 (ต.ค. 2564 - ก.ย. 2565) มีจำนวนสะสม 125,812 คน สร้างรายได้ 6,192 ล้านบาท

ตลาดในประเทศ

ด้านนักท่องเที่ยวไมซ์ “ตลาดในประเทศ” ในพัทยา พบว่าช่วง 3 ไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2566 มีจำนวน 154,840 คน สร้างรายได้ 477 ล้านบาท ส่วนปีงบประมาณ 2565 ปิดตัวเลขที่จำนวน 83,525 คน สร้างรายได้ 169 ล้านบาท

อนาคตของธุรกิจไมซ์



ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) ธุรกิจนี้น่าจะได้รับผลกระทบทางลบมากที่สุด ใน 4 กลุ่ม ใช้การประชุมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เข้ามาทดแทน โดยอาจมีการจัดประชุมแบบไฮบริด ที่ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และการจัดงาน แต่การจัดประชุมแบบพบกัน ก็ยังมีความจำเป็นในการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจทั้งกับคนในองค์กรเดียวกันและกับคนต่างองค์กรกัน เพียงแต่ความถี่ที่จะลดน้อยลงและผู้ที่ไม่สะดวกในการเดินทางสามารถเข้าร่วมประชุมผ่านระบบออนไลน์ได้ง่ายขึ้น

ตลาดธุรกิจการจัดประชุมแบบปกติค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะหมดไปกับค่าสถานที่และอาหาร ที่ผู้ได้รับประโยชน์ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรม โดยแผนกจัดเลี้ยงจัดประชุมถือเป็นรายได้หลักของหลายโรงแรม ในช่วง 3

ปีจากนี้ ทั้งด้วยปริมาณกิจกรรมการจัดประชุมที่ลดลง ทำให้ปริมาณอุปสงค์น้อยกว่าอุปทาน การแข่งขันตัดราคากันในกลุ่มธุรกิจโรงแรม น่าจะเข้มข้น ทำให้อัตรากำไรของโรงแรมและศูนย์ประชุมที่เน้นการจัดประชุม น่าจะไม่สูงมากนัก

ธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) ที่บริษัทหรือองค์กรใช้เป็นแรงจูงใจให้กับพนักงาน หรือตัวแทนจำหน่าย ในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของตลาดธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของธุรกิจจีน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก สำหรับการนำพนักงานหรือลูกค้าออกเที่ยวต่างประเทศ โดยตลาดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในยุคนิวโนมอลน่าจะยังมีการเติบโตได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะประเทศในแถบอาเซียนและตลาดจีน ที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง อีกทั้งธุรกิจในยุคปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการทำงาน โดยมีพนักงานทำงานจากที่บ้านมากขึ้น มีการใช้เอาต์ซอร์สทำงานให้ หรือการใช้ตัวแทนจำหน่ายในระบบออนไลน์ในการช่วยจำหน่ายสินค้า ทำให้การพบปะและสร้างความผูกพันระหว่างการทำงานลดลง การจัดกิจกรรมนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จึงเป็นหนึ่งในกิจกรรม ที่สร้างความสัมพันธ์ ระหว่างพนักงานในองค์กรและกับผู้เกี่ยวข้องในระบบการทำงานขององค์กร

ธุรกิจการประชุมนานาชาติในสายวิชาชีพ (Conventions) งาน ADFEST ที่เป็นงานประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติ ด้านการโฆษณาของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ประเทศไทยเป็นผู้ริเริ่ม และจัดเป็นประจำทุกปีในประเทศไทย

สำหรับธุรกิจการประชุมนานาชาติ ยังเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตสูง จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีพฤติกรรมของลูกค้า รวมถึงกฎหมาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพที่มีความเป็นสากล มีการเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น การจัดประชุมนานาชาติในสายวิชาชีพเพื่อแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ การกำหนดแนวทางปฏิบัติหรือมาตรฐานใหม่ จึงยังมีความจำเป็น อีกทั้งผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในสายวิชาชีพ ส่วนใหญ่มีระดับรายได้สูง ถึงแม้จะมีทางเลือกในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติผ่านระบบออนไลน์ แต่ การได้เข้ามาร่วมประชุมกับเพื่อนร่วมวิชาชีพ รวมถึงหลังการประชุมยังสามารถท่องเที่ยวในประเทศที่เป็นเจ้าภาพจัดประชุมต่อได้

ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition) ผู้ผลิตผู้จำหน่ายสินค้าและบริการ นำผลิตภัณฑ์ของตนมาจัดแสดง เพื่อนำเสนอกับผู้สนใจรับไปจัดจำหน่าย หรือนำเสนอกับลูกค้าโดยตรง ธุรกิจงานแสดงสินค้าน่าจะมีการเติบโตมากที่สุด จากปัจจัยของนวัตกรรม และการเติบโตของธุรกิจ Startup ที่ทำให้เกิดสินค้าและบริการด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องทั่วโลก

อีกทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายด้านออนไลน์ ที่เติบโตขึ้นทำให้มีพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ และผู้เกี่ยวข้องในระบบ เช่น ธุรกิจจัดส่งสินค้า คลังสินค้า การมีทั้งผู้ผลิตสินค้าใหม่ด้านนวัตกรรม และมีผู้ขายผ่านช่องทางออนไลน์รายใหม่เกิดขึ้นทั่วโลก ยิ่งทำให้การค้นหาสินค้าและบริการผ่านงานแสดงสินค้าที่มีโอกาสเห็นสินค้า

และบริการจริง ได้มีโอกาสพบกับเจ้าของสินค้าหรือผู้ขายเพื่อสอบถามหรือทำความเข้าใจกันโดยตรง ก่อนที่จะใช้ช่องทางออนไลน์ในการเจรจาหากมีความสนใจจะทำธุรกิจร่วมกัน

หลายศูนย์การค้ามีพื้นที่ที่จัดเป็นศูนย์ประชุมที่สามารถใช้จัดงานแสดงสินค้าได้ อีกทั้งการที่สินค้าด้านเทคโนโลยีและด้านแฟชั่น มีรอบอายุของสินค้าที่สั้นลง จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ที่ดีกว่า เทคโนโลยีเดิม หรือจากการที่รสนิยมด้านแฟชั่นของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการต้องหาแหล่งระบาย สินค้า ที่เริ่มได้รับความนิยมน้อยลง ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้า ตัวแทนจำหน่าย ทั้งผู้ประกอบการต้องให้ส่วนลดการค้ากับร้านค้าในสัดส่วนที่สูง ทำให้การลดราคาสินค้าทำได้จำกัด

อีกทั้งรอบเครดิตเทอมที่ให้กับร้านค้า ทำให้ผู้ประกอบการได้รับเงินช้า การนำสินค้าบางส่วนออกมาขายตรงกับลูกค้าผ่านงานแสดงสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสพบกับลูกค้าโดยตรง ใช้เป็นช่องทางในการระบายสินค้า รวมถึงเป็นช่องทางในการเปลี่ยนสินค้าให้กลายเป็นเงินสดได้ทันที งานแสดงสินค้าจึงกลายเป็นช่องทางสำคัญอีกช่องทางหนึ่งของผู้ประกอบการ

คุณสมบัติพื้นฐานของ “คนพันธุ์ใหม่”

- มีความอดทน
- มีความคิดสร้างสรรค์
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและชอบทำกิจกรรม

บุคลิกและลักษณะของ “คนพันธุ์ใหม่” ควรประกอบด้วย

1. ต้องมีใจรักในงานบริการหรือที่เราเรียกกันว่า “Service Minded”
2. ต้องมีบุคลิกภาพที่ดี คล่องแคล่วและรวดเร็ว
3. สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างลงตัวและมีความยืดหยุ่นในการทำงาน
4. มีความน่าเชื่อถือและมีมุมมองในระดับที่เป็นสากล
5. มีความคิดสร้างสรรค์แต่ต้องทำงานในเชิงรุก
6. เรื่องภาษาเป็นสิ่งที่สำคัญ ต้องใช้เพื่อการสื่อสารได้เป็นอย่างดี
7. สามารถจัดการทุกเรื่องได้อย่างเป็นระบบและมีระเบียบเป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าจะอยู่ภายใต้สภาวะความกดดันก็ตาม

ครั้งที่ 3 องค์ประกอบและความเหมาะสมในการเป็นสถานที่จัดประชุม

องค์ประกอบของธุรกิจไมซ์ แบ่งได้ 2 ประเภท

แบ่งตามการดำเนินงาน : พิจารณาจากการดำเนินงานเป็นหลัก ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ

แบ่งตามธุรกิจที่เกี่ยวข้อง : พิจารณาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก ประกอบด้วย 7 ธุรกิจ

องค์ประกอบของธุรกิจไมซ์แบ่งตามการดำเนินงาน

1. MICE Sponsor : ผู้ให้การสนับสนุนการจัดธุรกิจไมซ์ อาจเป็นภาครัฐหรือเอกชน มีบทบาทในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรม, กลุ่มลูกค้า, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ, งบประมาณ เป็นต้น
2. MICE Customer/Buyer : ผู้ที่ต้องการใช้บริการ อาจเป็นรัฐหรือเอกชน เช่นผู้ร่วมจัดแสดงสินค้า, ผู้เยี่ยมชมงาน, ผู้เข้าร่วมประชุม, ผู้มาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
3. MICE Supplier : ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีบทบาทในการเสนอขายสินค้าและบริการ เช่น ศูนย์ประชุม ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ผู้รับเหมาออกแบบสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ ธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง ผู้รับจ้างจัดกิจกรรมไมซ์มืออาชีพ เป็นต้น
4. Related Organization : หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับ ดูแล ส่งเสริมการจัดประชุมทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กองการประชุมนานาชาติของททท., สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(TICA), สมาคมการแสดงสินค้า (TEA)

องค์ประกอบของธุรกิจไมซ์แบ่งตามธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

1. Organizer : ธุรกิจรับจัดกิจกรรม

หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมในลักษณะการดำเนินงานแบบมืออาชีพ อาจมีเจ้าของเป็นคนไทยหรือต่างชาติก็ได้ แบ่งได้ 4 กลุ่มธุรกิจ

1. Professional Convention Organizer (PCO) หมายถึง ธุรกิจที่จัดงานเหตุการณ์สำคัญ (event management) มีบทบาทคือ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสถานที่จัดประชุม วางแผน พิธีเปิด-ปิดงานประชุม การลงทะเบียนเข้าประชุม จัดโปรแกรมประชุม จองห้องพัก ประสานงานวิทยากร เตรียมอุปกรณ์นำเสนอ ติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ยืนยันการลงทะเบียน การชำระค่าลงทะเบียน ทำรายงานสรุปยอดรายรับรายจ่าย ทำแบบประเมิน ส่งจดหมายขอบคุณ

2. Professional Exhibition Organizer (PEO) หมายถึง ธุรกิจที่จัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าร่วมงาน เลือกสถานที่จัดงานแสดงสินค้า
3. Destination Management Company (DMC) หมายถึง ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Business) ที่ให้บริการจัดรายการนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้รางวัลจากบริษัทมาเที่ยว จึงเชี่ยวชาญด้านสถานที่ท่องเที่ยว จัดโปรแกรมสร้างสรรค์
4. Venue ธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ แสดงสินค้า เช่น ศูนย์การประชุม ศูนย์แสดงสินค้า โรงแรม ห้องประชุม

- Grand Mercure Bangkok Fortune
- Pullman Bangkok King Power
- Crowne Plaza Bangkok Lumpini Park
- The Westin Grande Sukhumvit Bangkok
- Shangri-La Hotel

2.Accommodation and Food Business

หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการที่พักแก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ธุรกิจที่ให้บริการอาหารเครื่องดื่มแก่ผู้ร่วมงานไมซ์

3.Contractor : ธุรกิจรับเหมา

คือ ธุรกิจด้านการออกแบบสถานที่ ก่อสร้าง ตกแต่งคูหาเพื่อใช้แสดงสินค้า ธุรกิจการจัดเวทีแสดงระบบเสียง ระบบไฟฟ้าเพื่อจัดแสดงกิจกรรมในงาน

4.Tour Business & Entertainment

ธุรกิจที่จัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic) จัดหารถขนส่งระหว่างสถานที่จัดงานกับโรงแรม จัดการเรื่องตั๋วโดยสาร จองที่พักและธุรกิจที่ให้บริการด้านบันเทิง นันทนาการต่างๆ แก่ผู้ร่วมกิจกรรมไมซ์ นิยมจัดกลางคืนหลังเสร็จกิจกรรมไมซ์

5. Transportation Business แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

5.1. ขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Transportation)

5.2. ขนส่งสินค้า (Freight Transportation) เพื่อนำมาจัดแสดงสินค้า ต้องเชี่ยวชาญในการขนย้าย และรู้ขั้นตอนพิธีศุลกากร

6. Trading Business : ธุรกิจค้าขาย

หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการการค้าทุกชนิด ค้าส่ง ค้าปลีก ส่งออกสินค้า บริการจัดแสดง จัดนิทรรศการ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก (Souvenir Business) ในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก ศูนย์การค้า ธุรกิจการค้าปลอดภาษี อากาศ (Duty Free Business)

7. ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Other Related Business)

เช่น ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ธุรกิจทำความสะอาด ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ธุรกิจธนาคาร เป็นต้น

ความเหมาะสมของประเทศไทยในการเป็นสถานที่สำหรับธุรกิจไมซ์

ความน่าสนใจของประเทศไทย

- อากาศ : อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปีจะอยู่ที่ 20-30 องศาเซลเซียส
- อาหาร : รสชาติความจัดจ้าน กลมกล่อม และมีสีสันหน้าตาที่สวยงาม ผสมกับความปราณีตและมีกลิ่นอายวัฒนธรรมไทย
- รอยยิ้มมิตรภาพ : มีรอยยิ้มที่จริงใจ เป็นประเทศที่ผู้คนต่างมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อ แบ่งปันกัน มีคำทักทายสวัสดิ์ดี ขอบคุณ
- วัฒนธรรมงดงาม : มีศาสนาโบราณและอารยธรรมในอดีต มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน
- เทศกาล : มีเทศกาลตลอดทั้งปี
- สะดวกสบายปลอดภัย : ตำรวจท่องเที่ยว
- มีความหลากหลาย : มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายและค่อนข้างจะครบครันทันสมัย บริการได้มาตรฐานคุณภาพ
- ศูนย์กลางการท่องเที่ยว : สามารถเดินทางต่อไปยังประเทศต่างๆ ได้ง่ายและสะดวก การเดินทาง การคมนาคมภายในประเทศก็มีช่องทางให้เลือกหลากหลาย ทั้งทางเครื่องบิน รถ เรือ รถไฟ ฯลฯ
- สกุลเงินไทย : ประเทศไทยมีสกุลเงินท้องถิ่นที่ใช้กันแพร่หลายทุกที่ และมีตู้เอทีเอ็มอยู่ทุกที่ โดยทั่วไปสามารถกดเงินที่ตู้ ATM เปลี่ยนดอลลาร์เป็นเงินบาทได้ทันที

- ค่าครองชีพ : มีอัตราค่าครองชีพที่ค่อนข้างต่ำ

ประสบการณ์ใหม่

YONA Beach Clubบีชคลับลอยน้ำแห่งแรกของโลก ตั้งอยู่ที่จังหวัดภูเก็ต ภายใต้แนวคิด "โอเอซิสกลางทะเล" สถานที่สร้างประสบการณ์ที่ดี สามารถจัดงานจัดกิจกรรมไมซ์ งานเลี้ยงสังสรรค์และจัดอีเวนต์รูปแบบเอ็กซ์คลูซีฟในบรรยากาศที่อบอุ่นไปด้วยทะเลอันดามันภายในเรือที่มีขนาด 1,200 ตารางเมตร ชมวิวพาโนรามาของมหาสมุทร มีคาบาน่าส่วนตัว เตียงนอน ร้านอาหารบนบีชคลับ และสระว่ายน้ำอินฟินิตี้ขนาด 22 เมตร ในส่วนของอาหารที่เสิร์ฟบนเรือแห่งนี้ จะเป็นการผสมผสานระหว่างสไตล์เมดิเตอร์เรเนียน ญี่ปุ่น และเอเชียต้นตำรับ เพื่อให้ได้รสชาติสดใหม่ตามฤดูกาล

หลากหลายสถานที่จัดงานสถานที่จัดงานไมซ์ทั่วไป (Conventional Venues)

- Nong Nooch International Convention Centre Pattaya (NICE)
สามารถจุคนได้มากกว่า 10,000 คน และห้องประชุมย่อย
- ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี
ศูนย์ประชุมฯ ขนาดใหญ่ที่สุดในภาคใต้(หาดใหญ่) รับรองผู้เข้าร่วมได้มากถึง 3,500 คน
- Bangkok Convention Centre (BCC)
อยู่ภายในโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์แอทเซ็นทรัลเวิร์ดรองรับแขกได้มากถึง 5,000 ท่าน

สถานที่จัดงานไมซ์สุดสร้างสรรค์ (Unconventional Venues)

- นิมมาน คอนเวนชัน เซ็นเตอร์
ออกแบบและตกแต่งโดยได้รับแรงบันดาลใจจาก ผลงานของศิลปินเอกของโลก อาทิ ลีโอนาโด ดา วินชี ไมเคิลแองเจโล และวินเซน แวนโกะ
- ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย
- C asean Samyan CO-OP
พื้นที่สำหรับ Co-Learning Space มีAmphitheatre พื้นที่เหมาะกับการจัดอีเวนต์

สถานที่จัดงานไมซ์แบบพิเศษ (Unseen / Special Venues)

- Warehouse 30

พบปะสังสรรค์แห่งใหม่แถวเจริญกรุง โกดังเก่ากลายเป็นคอมมูนิตี้สำหรับคนยุคใหม่ แบ่งเป็น 8 โซนเหมาะสำหรับจัดแสดง จัดคอนเสิร์ต ทอล์กโชว์ เวทีเสวนา รองรับกิจกรรมเวิร์คชอป

- หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

สถานที่จัดแสดงผลงานศิลปะ จัดแสดงนิทรรศการ

- The Backyard 168

การจัดอีเวนต์หรือกิจกรรมท่ามกลางธรรมชาติสุดโรแมนติคที่เขาดินใหญ่ มีลานสนามหญ้ากว้างจัดกิจกรรมกลางแจ้งได้หลากหลาย

บริการครบวงจร

การให้บริการที่สนามบิน (Service at the airport)

1. การให้บริการข้อมูลการขอรับการตรวจลงตรา หรือการขอวีซ่าก่อนการเดินทาง
2. การให้บริการไมซ์ เลน (MICE LANE) เป็นการให้บริการตรวจคนเข้าเมืองในช่องทางพิเศษ
3. การตรวจลงตราเมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทย (VISA On Arrival)
4. ด้านควบคุมโรคติดต่อ (Health Control)
5. เคาน์เตอร์ต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (TCEB Information Center) เพื่อให้บริการข้อมูล และการให้ความช่วยเหลือ ณ สายพานรับกระเป๋าหมายเลข 18
6. การให้บริการจัดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์งานไมซ์ในพื้นที่สนามบินโดยเป็นการทำงานแบบบูรณาการร่วมกับสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

นโยบายฟรีวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวจากจีน และคาซัคสถาน และการขยายระยะเวลาการยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยวสัญชาติรัสเซียตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2566 - 29 กุมภาพันธ์ 2567พำนักในราชอาณาจักรไทยได้ “ไม่เกิน 30 วัน”

การขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์และท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

เอกลักษณ์ไทย

ความเป็นไทย (Thainess)

ความกตัญญู , ความตื่นรู้ทางการเมือง, ความเป็นมิตร ประเทศไทยจัดอยู่ในลำดับที่ 10 ของ "ประเทศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก" ประจำปี 2023 จากการจัดอันดับโดย The Travel เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวจากแคนาดา

ประเทศไทยเท่านั้น (Thailand Only)

โชนไทย, พยัญชนะไทย, ยาดมหงส์ไทย

ชุมชนท้องถิ่นไทย (Local Community)

ชุมชนแหลมสัก จ.กระบี่

ชุมชนบ้านแม่ต๋อนหลวง จ.เชียงใหม่

ชุมชนบ้านคลองศาลา จ.สมุทรสงคราม

ศูนย์กลางธุรกิจไมซ์เอเชีย

พื้นที่ยุทธศาสตร์ (Strategic Location) :

1. การส่งออก
2. การลงทุนในประเทศไทย
3. แผนปฏิบัติการโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ปี 66-70

การเข้าถึงได้สะดวกสบาย (Easy Access)

1. ทำอากาศยาน
2. โครงการพัฒนาท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด
3. ศูนย์ขนส่งผู้โดยสารสาธารณะ ทำอากาศยานนานาชาติอู่บลราชธานี



อาคารเทียบเครื่องบินรองหลังที่ 1 Midfield Satellite 1: SAT-1

ออกแบบให้มีความสอดคล้องกับอาคารเดิม เน้นการประหยัดพลังงาน โดยระบบเปลือกอาคาร (Façade) ป้องกันความร้อนจากภายนอกเข้ามาในอาคาร

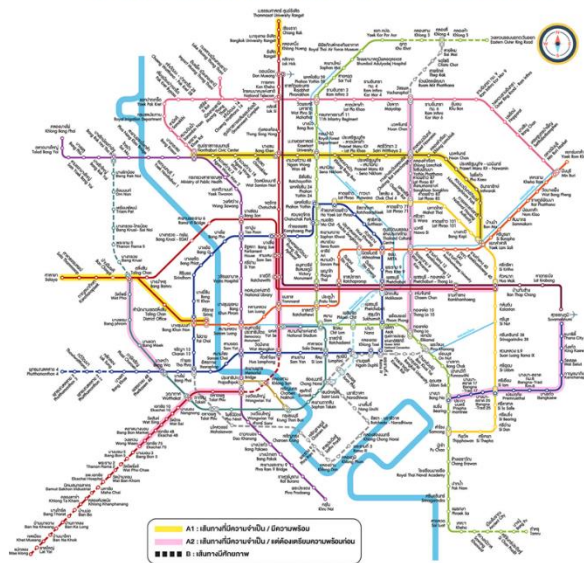
อาคาร สูง 4 ชั้น และชั้นใต้ดินอีก 2 ชั้น พื้นที่ 216,000 ตร.ม.

28 หมู่จอดอากาศยาน (Code E: 20 หมู่จอด Code F: 8 หมู่จอด)

การพัฒนาในประเทศไทย (New Development)

การพัฒนาด้านระบบคมนาคม

การพัฒนาโครงข่ายรถไฟฟ้า ตามแผน M-MAP 2



การพัฒนาด้านเทคโนโลยี : Virtual Experience หรือ เทคโนโลยีสร้างประสบการณ์เสมือนจริง ไม่ว่าจะ AR (Augmented Reality), VR (Virtual Reality), MR (Mixed Reality) รวมถึง Metaverse ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในหลายกิจกรรม โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวและการจัดงานเพื่อสร้างประสบการณ์อันแปลกใหม่ให้นักเดินทางและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ช่วยลดต้นทุนในการจัดงาน สถานที่ในการรองรับผู้เข้าร่วมงาน อาหารสำหรับจัดเลี้ยง การจัดการ และลดปริมาณขยะ

การพัฒนาด้านบุคลากร : “หลักสูตรมาตรฐานรับรองคุณวุฒิวิชาชีพสำหรับบัณฑิตจบใหม่”

(Certification for Young Professional Program)

ครั้งที่ 4 การจัดประชุมองค์กร (Meeting:M)

1. ความหมาย วัตถุประสงค์ ประเภทของการประชุมองค์กร

Contents of corporate meeting

ประชุมคือ การประชุมองค์กร เป็นการรวมตัวของผู้คนเพื่อหาหรือหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล

IAPCO (the International Association of Professional Congress Organizers)	การมารวมตัวกันของคนจำนวนหนึ่ง ณ สถานที่แห่งหนึ่ง เพื่อหาหรือหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง กิจกรรมเฉพาะ ความถี่อาจเป็นแบบเฉพาะกิจ เช่นการประชุมสามัญประจำปี , การประชุมคณะกรรมการ
EIC	งานที่กิจกรรมหลักของผู้เข้าร่วมงานคือการเข้าร่วมช่วงการศึกษา (educational sessions) เข้าร่วมการประชุมหรือการอภิปราย (discussions) การเข้าสังคม (socialize) หรือเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นอื่น ๆ ซึ่งไม่รวมองค์ประกอบการจัดแสดง (exhibit) ให้กับงานนี้
the International Encyclopedia of Hospitality Management	การประชุมบริษัท (a corporate meeting) เป็นการประชุมที่ได้รับอนุมัติอย่างเป็นทางการและจำเป็นสำหรับพนักงานของบริษัทเฉพาะ ซึ่งมักจัดขึ้นนอกสถานที่และจำเป็น พนักงานเดินทางจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง.. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการประชุมบริษัท(company's expense) บริษัทจะเป็นผู้จ่าย ทำให้การประชุมองค์กร แตกต่างจากการประชุมสมาคมตรงที่ต้องเข้าร่วมประชุม
the International Dictionary of Event Management	การประชุมของบุคคลมารวมตัวกันเพื่อหาหรือเกี่ยวกับประเด็นที่มีความสนใจร่วมกันหรือมีส่วนร่วมในการพัฒนานาวิชาชีพผ่านกิจกรรมการเรียนรู้

Purposes of Corporate Meetings

- Announce new initiatives ปลอ่ยความคิดริเริ่มใหม่ๆ
- Create discussion opportunities สร้างโอกาสในการพูดคุย
- Build teams สร้างทีม
- Share knowledge แลกเปลี่ยนความรู้
- Increase efficiency เพิ่มประสิทธิภาพ

A meeting may consist of more than 1 objective

- marketing activitiesการประชุมเชิงปฏิบัติการการขาย การตลาด
- press conference(แถลงข่าว) เปิดตัวผลิตภัณฑ์

ประเภทของการประชุมองค์กร

Corporate Meetings by Objectives

- Seminar

เน้นการบรรยายเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ มุ่งให้ผู้เข้าร่วมได้รับความรู้และ/หรือทักษะเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อที่นำเสนอ

- Workshop

คล้ายสัมมนาแต่เพิ่มการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำผ่านการทดลอง การอภิปราย และการโต้ตอบในกลุ่มผู้เข้าร่วม

- Brainstorming Meeting

การระดมความคิดเพื่อประเมินและเลือกตามความเหมาะสม เป้าหมายคือการค้นหาวิธีแก้ไขปัญหาหรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ๆ

- Panel Discussion

อภิปรายหัวข้อเฉพาะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เปิดมุมมองใหม่ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่เลือก มีผู้ดำเนินรายการ (moderator) ทำหน้าที่ประสานงาน เชื่อมโยง และสรุปการอภิปรายของผู้พูดแต่ละคน และนำคำถาม คำตอบ

Corporate Meetings by Geographic Region

- International Corporate Meetings

ผู้เข้าร่วมมาจากบริษัทเดียวกัน ในทวีปต่างๆ โดยปกติจะจัดโดยบริษัทข้ามชาติที่มีสาขาอยู่ประเทศต่างๆ

- Regional Corporate Meetings

การประชุมพนักงานจากบริษัทหนึ่งภายในภูมิภาคหรือทวีปเดียวกัน มักจัดขึ้นโดยบริษัทข้ามชาติที่มีสาขาในหลายประเทศภูมิภาคเดียวกัน

- National Offshore Corporate Meetings

การประชุมองค์กรที่เกิดขึ้นในประเทศอื่นที่บริษัทตั้งอยู่ เช่น พนักงานของบริษัทผู้ผลิต ในประเทศไทยเข้าร่วมงานบริษัทการประชุมที่จัดขึ้นในประเทศออสเตรเลีย

- Local Corporate Meetings

การประชุมนอกชายฝั่งระดับชาติผู้เข้าร่วมประชุมคือจากบริษัทเดียวกันแต่อาจจะจัดที่เมืองอื่น จังหวัดหรือรัฐที่บริษัทตั้งอยู่แม้ว่าจะอยู่ในประเทศเดียวกัน เช่น บริษัทที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ตัดสินใจจัดการประชุมบริษัทที่จังหวัดภูเก็ต

Corporate Meetings by Agenda Type

- Executive/Management Meeting

ผู้เข้าร่วมมักเป็นทีมผู้บริหาร ผู้บริหารระดับสูงมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดภาพรวมของบริษัท กลยุทธ์หรือทิศทาง

- Shareholders' Meeting

ไม่จำเป็นต้องเป็นพนักงาน อาจเป็นบุคคลที่ถือหุ้นในบริษัท (hold shares) เพื่อประกาศผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท หรือขอความเห็นชอบจากผู้ถือหุ้นเกี่ยวกับการจัดการปัญหาบางอย่าง

- New Product Introduction Meeting

การประกาศสิ่งใหม่ เปิดตัวผลิตภัณฑ์ ผู้เข้าร่วมมักจะเป็นพนักงานบริษัท ลูกค้าและสื่อมวลชน

- Departmental Meeting

การประชุมที่จัดขึ้นระหว่างพนักงานในแผนกเดียวกัน เช่น การประชุมฝ่ายขาย เพื่อกำหนดเป้าหมายการขายสำหรับปีงบประมาณที่จะมาถึงหรือเพื่อหารือและเริ่มต้นกลยุทธ์การขายใหม่ เพื่อพัฒนาฝึกอบรมพนักงาน, ฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กร

Corporate Meetings by Type of Corporation

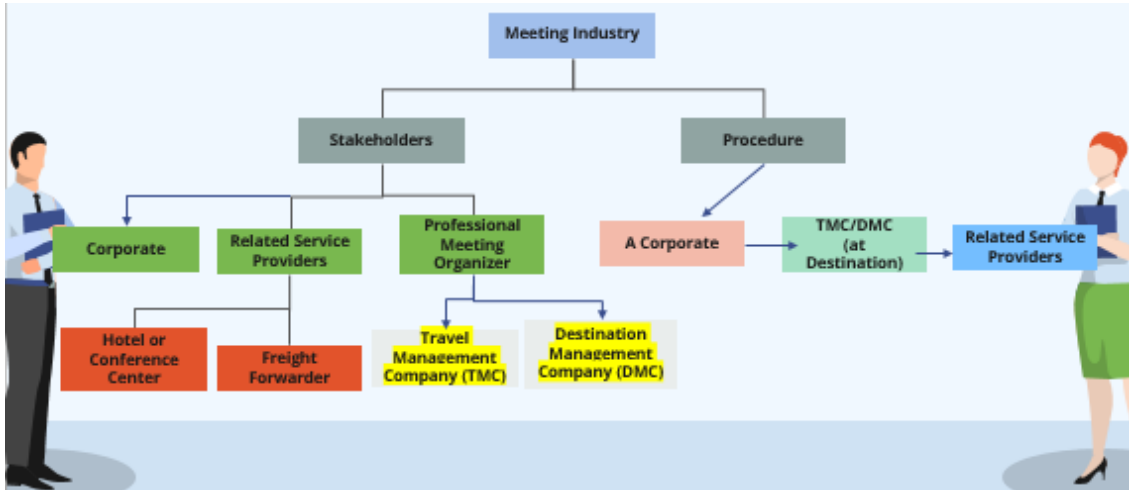
- Company Meetings

การประชุมบริษัทเอกชนไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหรือที่ใด

- Government Meetings

การประชุมโดยหน่วยงานของรัฐ เช่น รัฐบาลไทย องค์กรที่จัดการประชุมในจังหวัดใด ๆ ของประเทศไทยหรือหน่วยงานรัฐบาลระหว่างประเทศจัดการประชุมในประเทศไทย

2. ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการประชุม (Value Chain of the Meeting Industry)



3. Industry Trends

- Different Channels of Technology for Corporate Meetings

องค์กรพยายามลดค่าใช้จ่าย จึงมีการลดค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมองค์กรในต่างประเทศ ผ่านการพึ่งพาเทคโนโลยี เช่น การประชุมเสมือนจริง การประชุมทางวิดีโอ การประชุมทางเว็บ(Web Conference) หรือการประชุมแบบไฮบริด

- Sustainable Meeting

การจัดกิจกรรมที่ยั่งยืนให้กับผู้วางแผนจัดกิจกรรม “the handbook entitled Thailand Sustainable Events Guide สร้างโดยTCEB

- Corporate Meetings and Corporate Social Responsibility (CSR) TCEB (2018)

กำหนดให้ CSR เป็นหนึ่งในเครื่องมือสื่อสารการตลาดโดยองค์กรต่างๆ ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมเน้นผลกระทบของกิจกรรมที่มีต่อลูกค้า ชักพลาเยอร์ พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ตลอดจนสิ่งแวดล้อม

- virtual meeting

การโต้ตอบแบบเรียลไทม์โดยใช้เทคนิคการมองเห็นระยะไกลผ่านเทคโนโลยีมัลติมีเดีย รวมถึงเครื่องมือวิดีโอ เสียง และการแชท

- Online Video Conferencing

เป็นระบบการติดต่อสื่อสาร ที่สามารถรับ-ส่งข้อมูลภาพและเสียง ระหว่างจุดหนึ่งหรือจุดต่อหลายๆจุด โดยผ่านระบบสื่อสาร IP หรือ ISDN ซึ่งจะมีลักษณะของการโต้ตอบซึ่งกันและกัน เป็นการประชุมทางไกลที่ผสมผสานระหว่างภาพ ข้อมูล และเสียง ให้เปรียบเทียบเสมือนการประชุมในห้องเดียวกันและเป็นการนำเทคโนโลยีต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องโทรศัพท์ และระบบสื่อสารโทรคมนาคมในการประชุมทางไกลโดยไม่จำกัดระยะทางสามารถประชุมร่วมกันได้ โต้ตอบซึ่งกันและกันได้ ข้อดีของการประชุมทางไกล คือ สามารถให้ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกัน สามารถประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเรียนรู้ทางไกลและในองค์กรที่มีหน่วยงานอยู่ห่างไกลกันมาก และยังช่วยแก้ปัญหาจราจรได้ทางหนึ่ง

โปรแกรมที่ใช้ในปัจจุบัน

Zoom, google hangouts, google Meeting, true VROOM, Skype, FaceTime, Microsoft teams, Webex

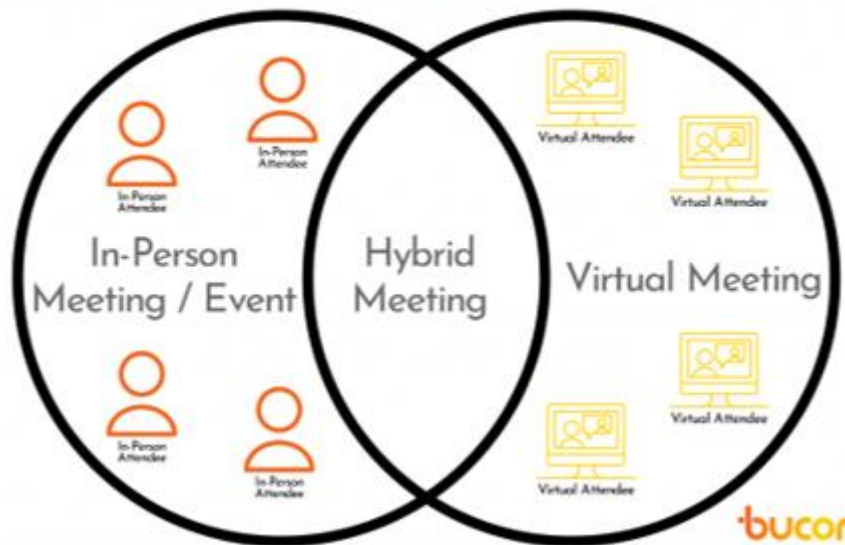
Web Conference

การประชุมออนไลน์ระยะไกลโดยใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รองรับการประชุมด้วยเสียงและวิดีโอที่สามารถส่งข้อมูลได้และได้รับในเวลาเดียวกัน

Hybrid Meeting

การผสมผสานระหว่างface-to- faceกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศvirtual, digital and strategic technology

Hybrid Meetings Definition



ข้อดี

1. เพื่อประหยัดเงินและเวลา
2. เพื่อตอบสนองความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปล่อยมลพิษ คาร์บอนไดออกไซด์จากการเดินทาง
3. เพื่อลดกรณีไม่สามารถมาประชุมแบบตัวต่อตัว

Sustainable Meeting

สภาธุรกิจไทยเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน(TBCSD) ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI) ได้เปิดตัว “โครงการ TBCSD Green Meeting” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำ Green Meeting ที่ใช้งานได้จริง แนวปฏิบัติสำหรับองค์กรภาครัฐและเอกชนพร้อมทั้งส่งเสริมคุณค่าการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด ใ้รับรอง Green Meeting จาก TBCSD และ TEI จะมอบให้กับองค์กรที่สมัครเข้าร่วม “โครงการ Green Meeting”

- 1.Green Meetings คือการให้การรับรองกับองค์กรที่นำแนวทางการจัดประชุมสีเขียวไปประยุกต์ใช้ ได้จริงในองค์กร

2. Green Meetings Plus คือการให้การรับรองกับองค์กรที่นำแนวทางการจัดประชุมสีเขียวไปประยุกต์ใช้ได้จริงในองค์กรพร้อมกับการส่งเสริมสนับสนุนให้ลูกค้าหรือองค์กรที่ได้รับการว่าจ้างนำแนวทางการจัดประชุมสีเขียวไปประยุกต์ใช้อย่างเป็นทางการ

ปตท. คว่า 32 รางวัล Green Meetings นำหลัก 5E ขยายผลครอบคลุมห่วงโซ่อุปทาน

- E-appointment มีนัดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์
- E-document มีการเตรียมและจัดส่งเอกสารในรูปแบบ File Electronic
- E-atless จัดเตรียมอาหารให้เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อไม่ให้เหลือทิ้งเป็นขยะ
- E-nergyefficiency มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพใช้อุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน
- E-vironmentbetter ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดการประชุมใช้บรรจุภัณฑ์ที่จะสามารถรีไซเคิลได้

บริษัท บีบีจีไอ จำกัด (มหาชน) รับใบรับรองโครงการ TBCSD Green Meetings

ธุรกิจไบโอดีเซลสามารถผลิตได้จากการนำน้ำมันจากพืช หรือไขมันสัตว์เข้าสู่กระบวนการทางเคมี

BMA House เนรมิตรสถานที่จัดงานให้เป็นมิตรกับโลก



สถานที่จัดงานประชุมและอีเวนต์ ที่ตั้งอยู่ใจกลางกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ไม่ใช่พลาสติกและกระดาษ แต่ใช้ผลผลิตจากท้องถิ่นส่งเสริมวิถีชีวิตที่ยั่งยืนสำหรับลูกค้า ผู้เข้าร่วมงาน ชัฟฟลายเออร์ และพนักงานทุกคน ส่งเสริมสมดุลทางคาร์บอน

ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 69% ในขณะที่ลดการใช้น้ำลง 5.4 ล้านลิตรต่อปี จนได้รับการรับรองมาตรฐานระดับ Gold จาก Green Tourism รางวัล “Greenest Venue” โดย Hire Space ในปี 2561 และ 2562 และรางวัล Silver Award สำหรับ “Best CSR or Sustainability Initiative” ที่งาน London Venues Awards ประจำปี 2562

ครั้งที่ 5 การเตรียมวางแผนการประชุม ระหว่างการประชุม และหลังการประชุม

บทบาทของผู้เข้าร่วมประชุม

- ประธาน

ตัวหลักในการจัดประชุม โดยประธานจะทำหน้าที่คิด วางแผน และดำเนินการประชุมทั้งหมด

ก่อนประชุมหารือร่วมกับเลขานุการ เพื่อวางระเบียบวาระการประชุม รวมทั้งศึกษารายละเอียดของระเบียบวาระนั้น เพื่อสร้างแนวทางในการดำเนินการประชุมต่อไป

ระหว่างประชุม ดำเนินรายการเปิดการประชุม โดยเริ่มแจ้งระเบียบวาระการประชุมให้ชัดเจน ดำเนินการประชุมให้ราบรื่น เปิดโอกาสให้สมาชิกผู้เข้าร่วมได้แสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึง รวมทั้งคอยสรุปประเด็นสำคัญของแต่ละเรื่อง

หลังประชุม ตรวจสอบมติการประชุมร่วมกับเลขานุการ รวมทั้งติดตามดำเนินการตามมติการประชุมนั้น

- เลขานุการ

ผู้ช่วยที่คอยสนับสนุนประธานให้วางแผนและดำเนินการจัดประชุมได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ เก็บรายละเอียดการประชุมทุกอย่างให้ครบถ้วน

- ผู้เข้าร่วม

ก่อนประชุม ควรศึกษารายละเอียดของระเบียบวาระการประชุม เพื่อเตรียมตัวมาร่วมประชุมได้อย่างพร้อมเพียง

ระหว่างประชุม ร่วมรับฟัง อภิปราย แสดงความคิดเห็น และลงมติตามสมควร เพื่อให้การประชุมดำเนินไปอย่างราบรื่น รวมทั้งเตรียมพร้อมรับมือบทบาทหน้าที่งานอื่นตามมติประชุม

หลังประชุม ร่วมกันตรวจร่างรายงานการประชุมให้ถูกต้องและชัดเจน รวมทั้งดำเนินปฏิบัติ
ตามมติประชุมที่ได้รับมอบหมาย

การรู้ถึงวิสัยทัศน์และพันธกิจ ช่วยให้พนักงานวางแผนจัดประชุม สามารถแนะนำจุดหมายปลายทางของสถานที่จัด
งาน, การเคลื่อนย้ายผู้เข้าร่วมประชุม, งบประมาณ ต้นทุนที่จำกัด และรายชื่อผู้เข้าร่วม เป็นต้น

**เจ้าภาพควรมีแผนกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้จัดงาน นักวางแผนจัดประชุม ได้ปฏิบัติไปในทิศทาง
เดียวกัน**

1. วิสัยทัศน์(Vision)

สิ่งที่องค์กรอยากจะเป็นในอนาคต มักบอกภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น บ.วอลท์ดิสนีย์ “ทำให้คนมี
ความสุข Make people happy” ,บ.มีดี ออกแกไนซ์ “ผู้นำการจัดงานในกลุ่มประเทศอาเซียน”, TCEB
“องค์กรหลักในด้านไมซ์ที่พัฒนาเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม เพื่อความเจริญและกระจายรายได้”

2. พันธกิจ(Mission)

สิ่งที่องค์กรจะทำให้บรรลุวิสัยทัศน์ เช่นบ.วอลท์ดิสนีย์ จะจัดหาบริการที่มีเอกลักษณ์และคุณภาพ
ให้ลูกค้า, บ.มีดี ออกแกไนซ์ จัดหาบริการที่มีคุณภาพ ปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้ลูกค้าพอใจสูงสุด

3. เป้าหมาย(Goals)

สิ่งที่องค์กรต้องการบรรลุผล เช่น บ.มีดี ออกแกไนซ์ ต้องการเพิ่มสัดส่วนกำไรให้มากขึ้น ต้องการ
พัฒนาศักยภาพพนักงานให้มีประสิทธิภาพ

4. วัตถุประสงค์(Objectives)

สิ่งที่เชื่อมทำให้เป้าหมายประสบความสำเร็จ เช่น บ.มีดี ออกแกไนซ์ จะส่งพนักงานเข้าร่วมอบรม
สัมมนา จำนวน 5 คนและจะเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น 10%

เตรียมการวางแผน

1. วัตถุประสงค์ของการประชุม

จัดการประชุมเพื่ออะไร

2. ผู้เข้าร่วมการประชุม

การประชุมนี้ควรเชิญใครบ้าง ใครที่ให้รายละเอียดอันเป็นประโยชน์หรือมีผลประโยชน์
เกี่ยวเนื่องกับวาระการประชุมบ้าง

3. วาระการประชุม

การประชุมครั้งนี้จะพูดเรื่องใดบ้าง ควรพูดเรื่องไหนก่อนหลัง

4. กำหนดการประชุม

เนื้อหา กำหนดการประชุมประกอบด้วยวัตถุประสงค์การประชุม วันเวลา สถานที่ โดยควรแจ้งอย่าง
น้อย 1 สัปดาห์ก่อนการประชุม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเตรียมตัวได้พร้อม

การกำหนดขอบเขต ระยะเวลาการจัดประชุมองค์กร

อาจจัดประชุมตามประชุมประจำเดือน ประจำปี การประชุมรายวัน ซึ่งความถี่ขึ้นอยู่กับแต่ละองค์กร
เมื่อทราบว่าเป็นการจัดประชุมแบบใดแล้ว ผู้จัดงานประชุมจะได้ออกแบบกำหนดการตั้งแต่เริ่มต้นเปิดประชุม
จนถึงสิ้นสุด รอบเช้า 09.00-12.00น. รอบบ่าย 13.00-16.00น. และแจ้งผู้เข้าร่วมประชุมต่อไป

หมายเหตุ โดยส่วนใหญ่การประชุมองค์กรจะไม่นิยมจัดในวันเสาร์-อาทิตย์ ยกเว้นหากจัดประชุมแบบ
พักค้างคืนและจัดนอกสถานที่ อาจจัดในวันเสาร์อาทิตย์หรือวันนักขัตฤกษ์ ได้

ห้องประชุมเป็นสถานที่ที่ควรมีในที่ทำงานทุกแห่ง

การคัดเลือกสถานที่จัดประชุม ต้องมองที่ความเหมาะสม ความพร้อม อัตราค่าบริการ เงื่อนไขระยะเวลา

1. ทำเลที่ตั้งสถานที่จัดงาน : อยู่ในเมืองหรือชานเมือง ต้องพิจารณาจากระยะเวลาในการเดินทางเข้า
สู่เมือง เดินทางสะดวกสบายไหม ใช้เวลาเท่าไร

2. ที่พักแรม : พิจารณาจากจำนวนวันที่พัก,จำนวนผู้เข้าร่วม,การเลือกประเภทห้องพัก ควรมีABF

3. ขนาดสถานที่ประชุม : สามารถเปลี่ยนตามกิจกรรม ย้ายโต๊ะเก้าอี้ได้ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกสบายในการประชุม

4. การคมนาคมของผู้ร่วมประชุม : อาจมีบริการมินิบัสไว้รับส่งผู้ร่วมงาน, PRวิธีการเดินทาง

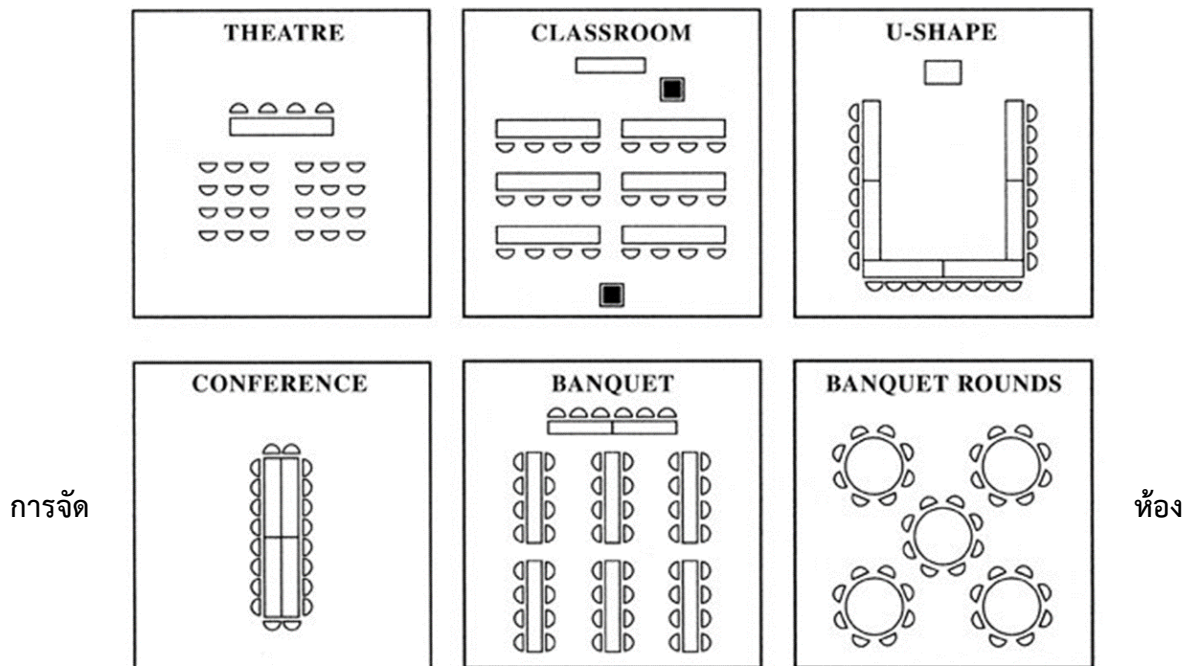
5. การจัดสรรพื้นที่สำหรับคลังสินค้า : ผู้จัดงานสามารถเคลื่อนย้ายสิ่งของมาไว้วางหน้า จัดเตรียม
พื้นที่ก่อนงานประชุม

สิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนภายในโครงสร้างพื้นฐานของห้องประชุม

ระบบห้องประชุมไร้สายขนาดใหญ่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Full Set with PC Control)

- ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมประชุมเป็นรายบุคคล
- ระบบควบคุมกล้อง VDO ประจำห้องประชุมให้หันไปถ่ายการพูดของผู้เข้าร่วมประชุมแต่ละคนโดยอัตโนมัติ พร้อมนำภาพขึ้นจอใหญ่
- บันทึกเวลา ภาพ และเสียงระหว่างการพูดของผู้เข้าร่วมประชุมแต่ละคน
- มีระบบลงคะแนนเสียงเป็นมติของที่ประชุม (Voting System)
- เตรียมญาติได้ทั้งล่วงหน้าและในระหว่างประชุม (ผ่านทางผู้ควบคุมระบบฯ)
- แสดงผลการลงคะแนนด้วยเครื่อง Projector ผ่านโปรแกรม PowerPoint
- บันทึกคะแนน-มติที่ประชุมไว้เป็นหลักฐาน เชื่อมต่อระบบภาพ-เสียงเพื่อถ่ายทอดออกไปที่อื่น (ผ่าน Mixer)

จัดห้องประชุมให้เหมาะกับกิจกรรม



ประชุมแบบ Theatre

ข้อดีของการจัดห้องประชุมแบบนี้คือ ผู้อบรมมีจุดโฟกัสเพียงจุดเดียว ทำให้ความสนใจถูกส่งไปที่วิทยากรด้านหน้าเวทีเพียงจุดเดียว เป็นการใช้พื้นที่ห้องประชุมอย่างคุ้มค่า และเต็มพื้นที่มากที่สุด การจัดห้องประชุมแบบนี้เหมาะมากสำหรับการฝึกอบรมแบบบรรยายที่เน้นเนื้อหา และมีการฉายภาพบนจอ หากผู้เข้าร่วมอบรมมีจำนวนมากและห้องสัมมนาขนาดไม่มากนักการจัดห้องประชุมแบบ Theatre จะทำให้

สามารถรองรับคนได้มากโดยไม่อึดอัด แต่ข้อเสียคือหากผู้อบรมมีสัมภาระสิ่งของจะไม่สะดวกเพราะไม่มีโต๊ะตรงที่นั่ง

จัดแบบ Class room

เพิ่มโต๊ะตรงที่นั่งให้ผู้ร่วมอบรมได้วางสิ่งของ โดยมากจะมีกระดาษA4 พร้อมทั้งดินสอวางไว้อยู่บนโต๊ะให้ด้วยเพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมจดตามสิ่งที่วิทยากรบรรยายได้ และที่ขาดไม่ได้ควรมีน้ำดื่มพร้อมลูกอมตั้งไว้ประจำแต่ละโต๊ะด้วยเพื่อแก้แ้วระหว่างบรรยาย การจัดห้องแบบ Classroom จำเป็นต้องใช้พื้นที่พอสมควรเพื่อไม่ให้เมื่อเข้าไปนั่งแล้วรู้สึกอึดอัด ดังนั้นขนาดของห้องต้องสามารถรองรับผู้เข้าอบรมได้โดยไม่แน่นจนเกินไป

Boardroom หรือ Conference

เหมาะสำหรับการประชุมที่ต้องการการระดมสมอง เพื่อแก้ปัญหา เพื่อหาข้อสรุป หรือเน้นให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการประชุม เหมาะสำหรับการประชุมกลุ่มย่อยๆตั้งแต่ 10 – 20 คน ข้อดีของการจัดโต๊ะแบบนี้คือทุกคนจะรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการประชุมมากยิ่งขึ้น

U-Shape

เหมาะสำหรับผู้บรรยายที่อยากจะใกล้ชิดกับผู้ฟัง แบบ ถาม-ตอบ เพราะการจัดโต๊ะแบบนี้ลักษณะตัว U ผู้บรรยายสามารถเดินเข้าไปหาผู้ฟังและสอบถามพูดคุยได้อย่างทั่วถึง เหมาะสำหรับการจัดประชุมแบบกลุ่มคนขนาดใหญ่ สามารถซ้อนโต๊ะได้อย่างน้อย 2 ชั้น

Double U-shape



triple U-shape



Banquet Rounds

การประชุมที่มีการจัดworkshop หรือมีการระดมความคิด เหมาะสมที่สุดอยู่ที่ 5- 10 คน

ชนิดของไมโครโฟนประชุม

1. ไมโครโฟนแบบก้าน จะมีลำโพงในตัว กระจายเสียงผู้พูดในห้องได้เลยสามารถจับภาพไปยังผู้พูดได้โดยอัตโนมัติ
2. ไมโครโฟนแบบฝังเพดาน เรียกอีกชื่อว่า “ไมโครโฟนอาร์เรย์” เป็นอุปกรณ์เสียงพิเศษที่ออกแบบมาเพื่อบันทึกเสียงคุณภาพสูงจากหลายทิศทางในห้องประชุม โดยปกติจะติดตั้งไว้บนเพดาน เหมาะอย่างยิ่งสำหรับห้องประชุมขนาดใหญ่โดยลดพื้นที่การใช้งานบนโต๊ะห้องประชุม
3. ไมโครโฟนแบบสปีกเกอร์ ไมโครโฟน และลำโพงอยู่ในตัวเดียวกัน สะดวกในการสื่อสารในการประชุมทางไกล มีขนาดเล็ก พกพาสะดวกสามารถประชุมได้ทุกที่ เหมาะกับผู้ประชุมท่านเดียว หรือเป็นกลุ่มได้ไม่เกิน 8 ท่าน

Projector



อาหารว่างในการประชุม



Coffee Break

อาหารว่าง ขนมเบรค
สำหรับงานประชุม สัมมนา

ราคาเริ่มต้น
120.-

อาหารมือเที่ยง



การจัดทำแบบฟอร์มลงทะเบียนออนไลน์

แบบฟอร์มลงทะเบียนผู้เข้าชมรายการติดตามภาพ
สัมพันธออนไลน์ ครั้งที่ 8 วันอาทิตย์ที่ 14
มกราคม 2567

sasitorn.ch@ssru.ac.th [Switch account](#)

Not shared

* Indicates required question

ชื่อ-นามสกุล *
ไม่ต้องระบุตำแหน่งงานชื่อ

Your answer

สังกัดสาขาที่
กรอกเป็นตัวเลข 3 หลัก เช่น 001 020 123

Your answer

ตัวอย่างประชาสัมพันธ์รับส่งผู้ร่วมประชุม

ประชาสัมพันธ์ บริการรับ - ส่ง ผู้เข้าร่วม การประชุมวิชาการแพทยศาสตรศึกษาแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 21

เรื่อง บริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วม การประชุมวิชาการแพทยศาสตรศึกษาแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 21
ในระหว่างวันที่ 26 - 28 มกราคม 2565 ณ โรงแรมภูเก็ตแกรนด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดภูเก็ต

คณะกรรมการฝ่ายปฐมฤกษ์และต้อนรับของเรื่องบริการรับ-ส่ง ผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการแพทยศาสตรศึกษาแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 21 ดังนี้

- ผู้เดินทาง (ขาไป) เข้าร่วมประชุมฯ ที่เดินทางในวันที่ 25 มกราคม 2565 โดยสายการบิน Bangkokair ภูเก็ต - ภูเก็ต เช้า เวลา 11.20 - 12.25 น. มีบริการรถรับส่งสนามบิน ขึ้นรถหน้าอาคารศิววัฒน์ โรงพยาบาลสงขลานครินทร์ โดยจะเดินทางออกจากคณะแพทยศาสตร์ เวลา 09.30 น.
- ผู้เดินทาง (ขาไป) เข้าร่วมประชุมและคณะกรรมการจัดงาน ที่เดินทางโดยรถบัสเวลา ในวันที่ 25 มกราคม 2565 ขึ้นรถหน้าอาคารศิววัฒน์ โรงพยาบาลสงขลานครินทร์ โดยจะเดินทางออกจากคณะแพทยศาสตร์ เวลา 05.30 น.
- ผู้เดินทาง (ขากลับ) จากการประชุมฯ ที่เดินทาง ในวันที่ 29 มกราคม 2565 โดยสายการบิน Bangkokair ภูเก็ต - ภูเก็ต เช้า เวลา 09.45 - 10.50 น. มีบริการรถรับส่งสนามบิน โดยจะเดินทางออกจากสนามบิน เวลา 11.15 น.
- ผู้เดินทางระหว่างสนามบินภูเก็ต - ที่ประชุม จะใช้บริการวันละ 1 เที่ยวบิน

1. วันที่ 25 มกราคม 2565 มีบริการรถรับส่งจากสนามบิน เวลา 12.45 น.
2. วันที่ 29 มกราคม 2564 มีบริการรถส่งออกจากโรงแรม เวลา 07.30 น.

หากต้องการสอบถามเพิ่มเติม ติดต่องานกิจการนักศึกษาและศิษย์เก่า โทร. 1546

คณะกรรมการฝ่ายปฐมฤกษ์และต้อนรับ
งานกิจการนักศึกษาและศิษย์เก่า โทร. 1545-6

Posted by : StudentAffairs , E-mail : (msunisa@medicine.psu.ac.th) ,
Date : 2022-01-18 , Time : 17:04:57 , From IP : 172.22.0.1

ขั้นตอนปิดการประชุมและติดตามผล

ก่อนจบการประชุมทุกครั้ง ประธานควรทบทวนประเด็นและสรุปสาระสำคัญหรือข้อตกลงของวาระนั้น ๆ ให้เข้าใจตรงกันชัดเจน นอกจากนี้ ควรร่วมกันตรวจร่างการประชุมและจัดทำรายงานการประชุมให้เรียบร้อย เพื่อลงรายละเอียดมติประชุม รวมทั้งการมอบหมายงานให้ผู้เข้าร่วมประชุมแต่ละคนนำไปปฏิบัติ

ประหยัคงบประมาณ

1. หากจัดภายในองค์กรได้ จะดี
2. ใช้ฐานข้อมูลที่บ้านที่กรายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อแจ้งเตือนประชุมล่วงหน้า อาจใช้ อีเมล icloud
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดประชุม หากยืมได้ ก็ให้ขอความอนุเคราะห์ยืมหรือเช่า เครื่องมือ อุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ จะช่วยประหยัดงบประมาณได้
4. ใช้ทรัพยากรบุคคลในการปฏิบัติหน้าที่ระหว่างประชุมให้น้อย แต่เน้นความยืดหยุ่น การประสานงานที่รวดเร็วในแผนก จะช่วยประหยัดต้นทุนค่าแรงได้
5. ปฏิบัติตามกฎระเบียบห้องประชุม เช่น การเปิด-ปิดไฟ การใช้เครื่องเสียง การปรับอุณหภูมิ เครื่องปรับอากาศ การจัดการขยะ การแจ้งเตือนด้วยป้ายสัญลักษณ์ อาทิ ผังทางหนีไฟ การใช้อุปกรณ์ดับเพลิง

ครั้งที่ 6 Incentive Travel

Definition

Incentive Travel คือ การเดินทางเพื่อจูงใจ ,การจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นโปรแกรมการให้รางวัลประเภทหนึ่งที่มอบให้กับพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ที่ประสบความสำเร็จ สามารถทำงานบรรลุเป้าหมายของบริษัท แสดงถึงความจงรักภักดีหรือความมุ่งมั่นที่มีต่อองค์กร โดยผู้ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ องค์กรจะจ่ายให้ทั้งหมด (all-expenses-paid trips)

SITE (Society of Incentive Travel Executive)

ให้นิยามว่า “การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลคือ เครื่องมือหนึ่งในการบริหารที่ใช้กันทั่วไปในองค์กรต่างๆ ทั่วโลก โดยใช้ประโยชน์จากประสบการณ์การท่องเที่ยวชั้นเลิศที่จัดให้แก่บุคลากร เป็นกลไกในการจูงใจ และ/หรือการแสดงความชื่นชมการปฏิบัติงานที่มีผลงานในระดับสูงขั้นของบุคลากร (Resource Manual, SITE 2001: 6)

ราณี อิลิซัยกุล การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อให้รางวัลแก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานได้ผลงานดีเด่น นับเป็นเครื่องมือทางการบริหารโดยใช้ประโยชน์จากประสบการณ์ท่องเที่ยวชั้นเลิศที่จัดให้แก่บุคลากร เพื่อจูงใจสำหรับการทำยอดขาย/ผลการปฏิบัติงานในระดับสูงตามที่บริษัทตั้งไว้ (ราณี อิลิซัยกุล 2548)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่บริษัทจัดให้แก่พนักงานเพื่อเป็นรางวัล หรือกระตุ้นการทำงานโดยบริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมดหรือเป็นบางส่วน (Welcomethai 2549)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การให้รางวัลหรือตอบแทนเป็นรางวัลสำหรับความสำเร็จหรือผลงาน ซึ่งโดยทั่วไปบริษัท หรือหน่วยงานเอกชนจะจ่ายให้กับพนักงานที่ประสบความสำเร็จในการขายหรือปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยว หรือพักผ่อนในประเทศหรือต่างประเทศ บางกรณีการเดินทางประเภทนี้อาจรวมถึง การให้รางวัลเดินทางเพื่อไปเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา เพื่อกระตุ้นหรือสร้างแรงบันดาลใจ หรือไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ หรือการฝึกอบรมเพิ่มทักษะในด้านต่างๆ (ศูนย์ข้อมูลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2549)

ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล History

เป็นรูปแบบรางวัลลักษณะหนึ่งที่ถูกพัฒนาจากการให้รางวัลอื่นๆ เช่น การให้เงิน การมอบสิ่งของ การประกาศเกียรติคุณ

ในอดีตการจูงใจนี้เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมขวัญและกำลังใจของพนักงานขาย

ค.ศ.1800 มอบสินค้าเครื่องใช้ เกิดการให้บริการ “A full-service incentive house” ที่เมือง Dayton,USA

ค.ศ.1900 มีการใช้แสตมป์ในห้างสรรพสินค้า การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้ถูกจัดขึ้นครั้งแรก โดย NCR Corporation ในช่วงปี ค.ศ. 1900 โดยร่วมกับโรงแรมพลาซ่า ในกรุงนิวยอร์ก เสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวสุดสัปดาห์ในนิวยอร์ก (Weekend in New York) เป็นโปรแกรมที่จัดขึ้นสำหรับพนักงานระดับสูงของบริษัท

ค.ศ.1904 ตีพิมพ์ The Novelty News ครั้งแรก ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น Incentive Magazine

ค.ศ.1917 เริ่มสะสมคูปองเพื่อแลกของรางวัล

ค.ศ.1927 เกิดCatalogue “Incentive Award” โดยบริษัท E.F.MacDonald

ค.ศ.1929 เกิดงาน First Motivation Show ในนครชิคาโก,สหรัฐอเมริกา

ค.ศ.1930 Martiz แนะนำ Prize Book ครั้งแรก

ค.ศ.1935 มีงาน New York Premium Incentive Show

ค.ศ.1938 Curt Carlson แนะนำการใช้ The Gold Bond การใช้แสตมป์ท่องเที่ยวครั้งแรก

ค.ศ.1950 ยุคการเดินทางโดยรถไฟในภูมิภาคอเมริกาเหนือ ขนส่งครั้งละมากๆ แต่เน้นรางวัลท่องเที่ยวภายในประเทศ

ค.ศ.1957 ก่อตั้ง Association of Incentive Marketers

ค.ศ.1960 ยุคเครื่องบินไอพ่น เกิดการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ จากUSA to Europe นับเป็นยุคทองของ Incentive(Golden era)

ค.ศ.1963 ก่อตั้ง Incentive Manufacturers Representative Association Chartered

ค.ศ.1965 Robert Guerriero พาผู้รับรางวัลจำนวน 463 คนขึ้นเครื่องDC-7 จาก USA to Rome ภายใต้แนวคิด The First Taga Theme Party

ค.ศ.1973 จัดตั้ง Society of Incentive & Travel Executives (SITE)

ค.ศ.1983 Dupont แจกเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นรางวัล ซึ่งถือว่าเป็นรางวัลที่พิเศษสุด

ค.ศ.1988 ก่อตั้ง The Incentive Marketer Association

The end of the Cold War

Joseph Stalin ผู้นำคอมมิวนิสต์ของประเทศรัสเซียได้มีการสร้างสรรค์กิจกรรมจูงใจรูปแบบใหม่ขึ้น โดยผู้ที่สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายจะถูกเสนอให้มีสิทธิ์ไปพักผ่อนที่ทะเลดำซึ่งเป็นสถานที่ตากอากาศสำหรับชนชั้นผู้นำของประเทศรัสเซีย

วัตถุประสงค์ของ Incentive Travel

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย (increase sales)
2. เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ (introduce new products)
3. เพื่อเพิ่มการบริการแก่ลูกค้า (improve customer service)
4. เพื่อเพิ่มผลผลิตการทำงาน (enhance productivity)
5. เพื่อเพิ่มภาวะการแข่งขัน (increase competitiveness)
6. เพื่อลดค่าใช้จ่าย (decrease costs) การจูงใจให้พนักงานเกิดความตั้งใจในการทำงาน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ลดอุบัติเหตุ รวมถึงการลดวงจรเวลาทำงาน
7. เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานของพนักงาน (build morale)
8. เพื่อลดการหยุดงาน (decrease absenteeism)
9. เพื่อลดการเปลี่ยนงาน (decrease turnover)

รูปแบบของ Incentive Travel

1. การท่องเที่ยวเฉพาะเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง

หมายถึง โปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีเฉพาะรายการเพื่อการพักผ่อน ความสนุกสนานเพลิดเพลินเท่านั้น โดยไม่มีการประชุมเชิงธุรกิจ หรือไม่มีประเด็นเกี่ยวกับงานเข้ามาเกี่ยวข้อง เน้นความหรูหรา ความพิเศษรูปแบบต่างๆ รวมทั้งการทำให้บุคลากรรู้สึกถึงความเป็นคนสำคัญ การท่องเที่ยวแบบนี้มีประมาณ 1 ใน 3 ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทั้งหมดที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและธุรกิจ

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จัดขึ้นเพื่อให้บุคลากรได้พักผ่อนและได้รับประโยชน์เชิงธุรกิจไปพร้อมกัน โดยจะมีรายการประชุมแทรกอยู่ในการท่องเที่ยว อาจเป็นการประชุมเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือเทคนิคการทำงานใหม่ๆ แต่ยังคงเน้นความเพลิดเพลินมากกว่างานหรือวิชาการ รายการที่จัดให้ยังคงให้ความสำคัญแก่การพักผ่อนอย่างหรูหราในสัดส่วนที่มากกว่ารายการด้านงาน มีจุดมุ่งหมายปลายทางการเดินทาง โดยจะต้องเลือกจุดหมายที่ดึงดูดความสนใจของบุคลากรมากที่สุด การท่องเที่ยวแบบนี้มีประมาณ 2 ใน 3 ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทั้งหมดที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น

ลักษณะสำคัญของ Incentive

- ผู้ที่เข้าร่วมเดินทางไปกับการท่องเที่ยว เป็นผู้ที่ถูกคัดเลือกแล้วว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถ มีผลงานดีเด่น เหมาะกับการได้รับรางวัลเป็นการท่องเที่ยว
- มีความพิเศษเหนือกว่าการจัดนำเที่ยวธรรมดา รวมถึงสิทธิพิเศษอื่นๆ ที่จัดขึ้นเฉพาะกลุ่ม เพื่อสร้างความรู้สึก แตกต่างที่น่าประทับใจ
- เน้นเฉพาะสิ่งที่ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นที่พัก อาหาร การเดินทาง การต้อนรับ รายการบันเทิง รวมทั้งรายการเชิงวิชาการ
- โปรแกรมที่เน้นสร้างความประทับใจแก่ผู้ท่องเที่ยว มีความทรงจำ ความรู้สึกที่ดี และความผูกพันกับองค์กร
- ให้สิทธิ์นำผู้ติดตามร่วมเดินทางไปด้วยได้ โดยอาจเป็นคู่สมรส หรือลูกค้าไปท่องเที่ยวด้วย ผู้ติดตามยอมได้สิทธิ์การดูแลอย่างดีที่สุดเช่นกัน
- องค์กรรับภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมด ตลอดช่วงการเดินทาง โดยบางหน่วยงานอาจมีให้ใช้จ่ายส่วนตัวตามความพอใจ (pocket money)

บุคคลที่มีความสัมพันธ์ในกลุ่ม Incentive

1. กลุ่มพนักงานขาย พนักงานฝ่ายการผลิต พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ ผู้จัดการ หรือผู้บริหารองค์กร
2. ตัวแทนจำหน่าย กลุ่มลูกค้ารายสำคัญของบริษัท
3. อุตสาหกรรมประเภทประกันภัย คอมพิวเตอร์ สินค้าลักษณะขายตรง และรถยนต์

บริษัทจัดการจุดหมายปลายทางการประชุมและแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Company: DMC)

เป็นบริษัทที่เชี่ยวชาญในการให้บริการด้านการจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องจากบริษัท DMC จะมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) แหล่งท่องเที่ยว และความต้องการของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นอย่างดี

บริการของบริษัท DMC ประกอบด้วย

- การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- การจัดการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการรถรับส่ง การจ้ดนำเที่ยว การสำรองห้องพัก การจัดงานเลี้ยงหรือ Theme Party การจัดแสดงบนเวที การจัดวิทยากรบรรยาย การจัดของขวัญแก่ผู้ที่ได้รับรางวัล การจัดดอกไม้ เป็นต้น

ความเสี่ยงของIncentive

มีความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามภูมิภาคต่างๆ ในโลก ไม่ว่าจะเป็นสงคราม ตะวันออกกลาง การเผยแพร่รายการทางสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ข่าวหรือเหตุการณ์ในด้านลบบางพื้นที่ รวมถึงโรคระบาดที่เกิดขึ้น ส่งผลต่อการยกเลิกการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเส้นทางต่างประเทศ

Case Study

ปาร์ตี้เข้าหามา “ICE DINING BAR” ในเกโมริวาชัม ซัปโปโร



ร้านอาหารสัญจร "ครุซ คิทเชน" @ฮอกไกโด



The Bangkok Manifesto ทิศทาง Incentive Travel ทั่วโลกที่ไมซ์ไทยต้องตามให้ทัน

ความรับผิดชอบต่อสังคม

อาทิ สร้างจุดหมายปลายทางปราศจากพลาสติก 100 % หรือห่วงใยเรื่องอาหารเหลือทิ้ง (Food Waste) มากขึ้น ให้นักท่องเที่ยว Incentive Travel ภาคภูมิใจที่การมาเที่ยวของตนเองไม่รบกวนโลก

“TCEB” ทุบสถิติโดย MIP65 ประชุม & อินเซนทิฟเข้าไทย 1 แสนคน ดึงไมซ์อินเดีย-มาเลเซียจัดปลายปี 2 พันล้านกว่า 5 กลุ่มธุรกิจ

ปลายปี 2565 ไม่ต่ำกว่า 21,000 ราย สร้างรายได้กว่า 2,000 ล้านบาท ตลาดหลักมาจาก อินเดีย มาเลเซีย ใน 5 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ 1.ตัวแทนฯ 2.เวชภัณฑ์ 3.อิเล็กทรอนิกส์ 4.ประกันภัย 5.ขายตรง เลือกกรุงเทพฯ พัทยา เป็นสถานที่หลักในการจัดงาน

ครั้งที่ 7 เทคโนโลยีในการจัดธุรกิจ MICE

ชนิดของการประชุม

1. การประชุมรวม (Plenary Session)

เป็นการประชุมรวมกันทั้งหมดของผู้เข้าร่วมประชุม โดยมากจะเป็นวันแรก วันสุดท้ายของการประชุม เป็นการให้ผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดมีโอกาสพบปะกัน แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น

วัตถุประสงค์ของพิธีเปิด (Open Ceremony)

- เป็นการพบปะกันโดยรวมของผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด
- เป็นการบ่งบอกถึงหัวข้อ (Theme) ของการประชุม และการอธิบายจากองค์ปาฐกถาของงานที่เข้ากับหัวข้อของการประชุม

- เพื่อเป็นการเปิดงานอย่างเป็นทางการ

วัตถุประสงค์ของการปิดงาน (Closing Ceremony)

- เพื่อเป็นการพบปะกันครั้งสุดท้ายของการประชุม
- เพื่อเป็นการประชุมครั้งสุดท้ายของการประชุม
- เพื่อเป็นการสรุปเนื้อหาโดยรวมของการประชุม
- เพื่อเป็นการปิดงานอย่างเป็นทางการ
- เพื่อเป็นการแนะนำถึงวัน เวลา สถานที่ของการประชุมครั้งต่อไป

2. การประชุมย่อย (Break out Session)

เป็นการประชุมที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการประชุมได้มากที่สุด การประชุมทุกครั้งจะมีหัวข้อย่อยที่สอดคล้องกับหัวข้อของการประชุม หัวข้อย่อยจะถูกกำหนดได้หลายหัวข้อ เพื่อตอบสนองความต้องการและความสนใจของผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งผู้เข้าร่วมสามารถเลือกเข้าประชุมในหัวข้อที่ตนต้องการได้

3. การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

เป็นการประชุมย่อยอีกชนิดหนึ่ง ที่ผู้เข้าร่วมประชุมมีความสนใจในปัญหาเดียวกัน มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การประชุมเชิงปฏิบัติการอาจจะมีการแยกเป็นการประชุมย่อยได้หลายการประชุม

ความต้องการพื้นฐานในการจัดประชุม

1. การได้ยิน (Hearing) ดัง ค่อย ทุ่ม แหลม / ได้ยินแต่ฟังไม่รู้เรื่อง
2. การได้เห็น (Seeing) เข้าใจเนื้อหามากขึ้น / ภาพนิ่ง ตัวอักษร ภาพเคลื่อนไหว
3. การโต้ตอบ (Interaction) พูด ซักถามระหว่างผู้บรรยายกับผู้ฟัง
4. การบันทึก (Recording) เพื่อประโยชน์ในการอ้างอิง ได้ทั้งภาพและเสียง

ปัจจัยในการเลือกใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ในการประชุม

1. ชนิดของการประชุม

- การประชุมรวม อุปกรณ์ที่ใช้ต้องเน้นให้เห็นภาพ และรับฟังเสียงที่สมบูรณ์ครบถ้วน ชัดเจน เช่น พีธีเปิด – ปิด
- การประชุมย่อย ผู้ฟังค่อนข้างใกล้ชิดกัน ส่วนเวทีไม่ควรใหญ่มากหรือไกลเกินไป
- การประชุมเชิงปฏิบัติการ

การประชุมแบบกลุ่มมีส่วนร่วม (groups participation) ผู้เข้าร่วมประชุมจะอยู่รวมกันเป็นกลุ่มย่อย เพื่อร่วมทำกิจกรรม และนำเสนอบนเวที อุปกรณ์ที่ใช้ควรจัดหาไมโครโฟนไร้สาย เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เพื่อเสนอข้อมูลประกอบคำบรรยาย

การประชุมแบบอภิปรายกลุ่ม (panel discussion) เป็นการประชุมที่มีผู้ทรงคุณวุฒิมาร่วมปาฐกถากลุ่มบนเวที เปิดโอกาสให้ผู้ฟังวิจารณ์ ชักถามโต้แย้งได้ ควรเพิ่มอุปกรณ์การเชื่อมต่อสัญญาณภาพของผู้บรรยายขึ้นจอ ไมโครโฟนเพื่อการประชุม สำหรับผู้เข้าร่วมประชุมเลือกที่จะพูดได้เพื่อป้องกันการแทรกหรือขัดจังหวะจากผู้อื่นขณะที่กำลังพูดอยู่

2. กายภาพของสถานที่ประชุม

- ขนาดของห้อง กว้าง ยาว สูง เพื่อวางแผนการจัดห้องประชุม และจัดได้กี่ที่นั่ง
- การตกแต่งของห้อง ได้แก่ การควบคุมการดูดซับเสียง (ปูพรม ติดผ้าม่าน) การสะท้อนของภาพ (เกิดเงาสะท้อน) การบดบังทัศนียภาพ(ไฟระย้า เสาในห้องประชุม / ให้เพิ่มเครื่องฉายตามจุดที่ไม่เห็น)
- ประสิทธิภาพและขนาดของอุปกรณ์ ห้องใหญ่ ต้องการภาพที่ใหญ่ ชัดเจน เห็นทั่วถึง
- มาตรฐานสากลของอุปกรณ์ ระบบเครือข่ายโทรทัศน์ PAL / NTSC / SECAM

ชนิดของเทคโนโลยีและอุปกรณ์เพื่องานประชุม

อุปกรณ์แสง

1. หลอดไฟ
2. โคมไฟ
3. อุปกรณ์ควบคุมแสง
 - อุปกรณ์ควบคุมทิศทางของแสง
 - อุปกรณ์ควบคุมความเข้มข้นของแสง

อุปกรณ์เสียง

1. ส่วนสัญญาณเข้า (input) ทำการเปลี่ยนคลื่นเสียงเป็นสัญญาณไฟฟ้า แล้วส่งไปปรับแต่งในส่วนขยายสัญญาณ
 - ไมโครโฟน (microphones)
 - เครื่องบันทึกเสียงแบบคาสเซต (tape cassette recorder)
 - เครื่องเล่นคอมแพกต์ดิสก์หรือซีดี (compact disc player) และเครื่องเล่นมินิดิสก์หรือเอ็มดี (mini disc player)
2. ส่วนขยายสัญญาณ
 - เครื่องขยายเสียง (power amplifier)
3. ส่วนสัญญาณออก
 - ลำโพง (speakers)
 - เครื่องผสมเสียง (audio mixer)

อุปกรณ์ฉาย

1. วัสดุฉาย ได้แก่ แผ่นใส สไลด์ เทปวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี
2. เครื่องฉาย ได้แก่ overhead projector, slide projector, liquid crystal display projector, video player, กล้องวิดีโอ
3. จอ (screen)

อุปกรณ์อื่น ๆ

1. Fold Back จอมอนิเตอร์ด้านหน้า เห็นภาพและเสียงของตัวเองขณะบรรยาย
2. ไมโครโฟนเพื่อการประชุม
3. อุปกรณ์การแปลภาษา
4. อุปกรณ์การสื่อสาร Walkie Talkie
5. เครื่องคอมพิวเตอร์ Power Point

Overhead Projector



Wireless Mice



Conference Microphones



Spotlight



โรงแรมสำหรับการจัดธุรกิจ MICE

โรงแรมหลัก

- Official Conference Hotel / Congress Hotel
- โรงแรมที่จัดไว้เป็นที่พักแรมหลักของผู้เข้าร่วมประชุมเป็นโรงแรมที่เป็นทางการ นิยมจัดไว้ 1 แห่ง

โรงแรมรอง

- Satellite Hotel
- โรงแรมที่จัดไว้สำรองสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม มักใช้กรณีมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก นิยมจัด 1-3 แห่ง (ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้เข้าประชุม)

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกโรงแรม

- เป้าหมายในการประชุม : ต้องการความประทับใจ->เลือกโรงแรมที่ดีที่สุด, ต้องการให้พักผ่อนด้วย -> เลือกบรรยากาศ สระวายน้ำ กิจกรรมนันทนาการ , ต้องการความเงียบ มีสมาธิในการประชุม -> ต้องเลือกโรงแรมที่เป็นส่วนตัว อยู่ไกลความวุ่นวาย
- จำนวนและลักษณะของผู้เข้าร่วม
- งบประมาณ
- องค์ประกอบของโรงแรม : ที่ตั้ง ความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัย

การจัดการด้านโรงแรมสำหรับธุรกิจ MICE

1. การเลือกโรงแรม

- รวบรวมข้อมูลโรงแรม
- การสำรวจสถานที่ (hotel inspection)
- การเจรจาข้อตกลงการใช้บริการห้องพัก ได้แก่ การพิจารณาถึงจำนวนห้องพัก ราคาห้องพัก การจองห้องพักล่วงหน้า การลงทะเบียนเข้าห้องพักและการคืนห้องพัก จำนวนห้องพักฟรีหรือที่ได้รับอภิสิทธิ์นันทนาการ การยกระดับห้องพัก การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การใช้บริการอื่นๆ ของโรงแรม
- การเจรจาข้อตกลงการใช้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่การพิจารณาจำนวนมื้ออาหารในแต่ละวัน ประเภทของอาหารและจำนวนชนิดอาหาร ค่าอาหาร อาหารที่ต้องปรุงพิเศษ รูปแบบการบริการ ค่าบริการ
- การเจรจาข้อตกลงการใช้บริการห้องประชุมหรือห้องจัดเลี้ยง พิจารณาถึง จำนวนห้องประชุมที่ต้องการ ค่าห้องประชุม ขนาดห้องประชุม การบริการในห้องประชุม การจัดที่นั่ง รูปแบบห้องประชุม

2. วิธีการชำระเงิน

3. การตัดสินใจเลือกโรงแรม

4. การจัดทำสัญญาการใช้โรงแรม

5. การประชาสัมพันธ์โรงแรมแก่ผู้เข้าร่วมประชุม

- ชื่อของโรงแรมหลัก

- ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม

6. การจองโรงแรม

- ระบบการจองโรงแรม ได้แก่ การจองผ่านฝ่ายจัดการประชุม และ การจองผ่านผู้ที่ได้รับมอบหมายจากฝ่ายจัดการประชุม
- วิธีการจอง

โดยมากนิยมจองโดยใช้เอกสารหรือแบบจองโรงแรมที่ทางฝ่ายจัดการประชุมจัดทำไว้ให้ ซึ่งจะส่งไปพร้อมกับเอกสารประชาสัมพันธ์การประชุม

7. การรายงานการจองห้องพัก

ข้อมูลสำหรับการจัดทำรายงานการจองห้องพัก

- ชื่อผู้จอง
- ชื่อโรงแรมที่จอง ประเภทห้องพัก
- วันเวลาที่เดินทางมาถึงและวันเวลาที่เดินทางกลับ
- หมายเลขบัตรเครดิต
- ลำดับก่อนหลังการจอง
- จำนวนเงินที่ชำระล่วงหน้า / ค่ามัดจำห้องพัก
- ข้อมูลอื่น ๆ

7. การรายงานการจองห้องพัก

ระยะเวลาจัดส่งรายงานให้โรงแรม

ในระยะเริ่มต้นอาจจัดส่งทุกสัปดาห์ เมื่อใกล้วันจัดประชุมอาจจัดส่งให้ทุกวัน หรือถี่กว่านั้น ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้จองและข้อตกลงระหว่างกันระหว่างผู้จัดการประชุมและโรงแรม

ตัวอย่างการจัดทำรายงานการจองห้องพัก

Name	Arrival	Departure	Venue Hotel	Satellite Hotel	Credit Card No.
Mr. John Smiths	Nov.13/T G633/ 21.10	Nov.19/ TG632/ 08.40	Deluxe/ Double		Visa..... 1 night deposit
Mr. Tom Chan	Nov.12/ NW1/ 22.45	Nov.18/ KE652/ 00.50		Superior/ Single	Master Card..... 1 night Deposit
Ms. Cathy Noar	Nov.13/ TG210/ 14.35	Nov.18/ NW2/ 06.00		Deluxe/ Double	Dinner Club..... 1 night Deposit

การจัดนำเที่ยวสำหรับธุรกิจ MICE

ประเภทของการจัดนำเที่ยวสำหรับธุรกิจ MICE

1. การนำเที่ยวที่เป็นอภินันทนาการแก่ผู้เข้าร่วมประชุม (complementary tour)
 - ระบุไว้ในกำหนดการประชุม
 - ใช้ระยะเวลาสั้น ประมาณ 1/2 - 1 วัน
 - อาจเกี่ยวหรือไม่เกี่ยวกับหัวข้อการประชุม
 - อาจเป็นลักษณะรายการนำเที่ยวทั่วไปหรือทัศนศึกษา
 - รวมการขนส่งไป - กลับ
 - ไม่คิดค่าบริการ
 - อาจมีรายการนำเที่ยวให้เลือกมากกว่า 1 รายการ

2. การนำเที่ยวแบบให้เลือก (optional tours)

แบ่งออกตามช่วงเวลาจัด 3 ช่วง ดังนี้

2.1. การนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre congress tours)

เป็นการนำเที่ยวที่จัดก่อนวันประชุม อาจมีระยะเวลาสั้น 1/2 – 1 วัน (daily tour) หรือระยะเวลาหลายวันโดยมีการพักค้างคืนนอกสถานที่ กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตาม

2.2. การนำเที่ยวระหว่างวันประชุม

เป็นการนำเที่ยวที่จัดระหว่างวันประชุม เน้นกลุ่มผู้ติดตามผู้เข้าร่วมประชุมและมักเป็นรายการนำเที่ยวระยะสั้น 1/2-1 วัน เพื่อที่ผู้ติดตามผู้เข้าร่วมประชุมยังสามารถร่วมกิจกรรมตอนเย็นกับผู้เข้าร่วมประชุมได้ เช่น งานเลี้ยงรับรองของการประชุม หรืออาจมีกิจกรรมนำเที่ยวยามราตรีหรือซื้อของ

2.3.0 การนำเที่ยวหลังการประชุม (Post congress tours)

เป็นการนำเที่ยวที่จัดภายหลังจากสิ้นสุดการประชุมทั้งหมดแล้ว อาจเป็นรายการนำเที่ยวระยะสั้น 1 วัน 2 วัน หรือระยะยาวหลายวัน และมีการพักค้างคืน โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นทั้งผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตามประชุม

ลักษณะของการนำเที่ยวสำหรับธุรกิจ MICE

1. City Tour
2. Excursion Tour / Sightseeing Tour
3. Night Tour
4. Shopping Tour

รูปแบบของการนำเที่ยวสำหรับธุรกิจ MICE

1. Eco Tourism
2. Agrotourism
3. Cultural Tourism

4. Educational Tourism

5. Health Tourism

6. Adventure Tourism

การจัดการนำเที่ยวสำหรับธุรกิจ MICE

1. การเลือกผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

- มีประวัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว
- มีความชำนาญ
- จัดทำรายการนำเที่ยวที่น่าสนใจ
- อัตราค่าบริการเหมาะสม

2. การจัดรายการนำเที่ยวที่น่าสนใจ

- มีความน่าสนใจเหมาะสมกับกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม
- อำนวยความสะดวกสบายและการบริการนักท่องเที่ยวที่ดี
- ราคาเหมาะสม

3. การประชาสัมพันธ์การนำเที่ยวแก่ผู้เข้าร่วมประชุม

- มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าก่อนการประชุม
- มีรายการนำเที่ยวและรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง
- ภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
- การรับรองรายการนำเที่ยว สถานที่นัดพบ และวันเวลาออกเดินทาง
- ใบเสร็จรับเงินหรือใบรับรองการจอง

4. การจองรายการนำเที่ยว

- การรับรองล่วงหน้าก่อนการประชุม
- การรับรองระหว่างการประชุม

5. การจัดการระหว่างการนำเที่ยว

- การประสานงานกับผู้ประกอบการนำเที่ยว
- การประสานงานการเดินทาง
- การประสานงานเกี่ยวกับเส้นทางการเดินทาง
- การนำส่งโรงแรมที่พักหรือตามจุดหมายที่กำหนดไว้หลังสิ้นสุดการนำเที่ยว