

# Meetings & Incentives

สรุปข้อมูลผู้แทนการตลาดของ สสพน.  
ไตรมาส 3 ประจำปี 2559  
(ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล)

# ผลการดำเนินงานไตรมาส 3/2559 ประเด็นการตลาดที่สำคัญ(อินเดีย)

ประเทศ	จำนวนนักเดินทางที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย	สถานการณ์การตลาด
อินเดีย	<p>Group Update 39,378 คน (เป้าหมาย MI: 20,000 คน)</p> <p>จำนวนกลุ่ม Premium Group 6 กลุ่ม (เป้าหมาย: 5 กลุ่ม)</p> <p>(ข้อมูลตั้งแต่ ต.ค. 58 – มิ.ย. 59)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างช้า โดยคาดการณ์การเติบโตของ GDP ที่ร้อยละ 7.3 ในปี 2016 และ ร้อยละ 7.5 ในปี 2017 เนื่องจากผลกระทบจากนโยบายปฏิรูปภายในประเทศที่ล่าช้า ความเปราะบางของระบบสถาบันการเงิน ความต้องการในการลงทุนเพื่อสนับสนุนสภาพคล่องทางการเงินของประเทศ การลงทุนของชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น ความพยายามของรัฐบาลในการพัฒนาการด้านสาธารณสุขโลก และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน</li> <li>ในไตรมาสที่ 3 มีแนวโน้มการขยายตัวที่ดีกว่าช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา เห็นได้จากผลตอบรับที่ได้จากกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ในปีนี้ โดยตัวแทนการตลาดได้เข้าร่วมงาน MICE Travel Mart และได้ทำกิจกรรม sales visit นัดหมายกับลูกค้าองค์กร บริษัทจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive house) และบริษัทจัดงานอีเวนต์ (event management) ในเมืองบังกอลอร์ เซนไน และมุมไบ</li> <li>ในด้านของประเทศคู่แข่ง ประเทศฮ่องกงได้เปิดตัว incentive program ใหม่สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรม การจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อผลักดันให้ผู้จัดงานได้เกิดมีความคิดใหม่ๆ โดยมีการสนับสนุนสำหรับกลุ่มที่มีจำนวนนักเดินทาง 20 คนขึ้นไปและพักในประเทศฮ่องกงเป็นจำนวน 2 คืนติดต่อกัน รายละเอียดในการให้การสนับสนุนตามแต่ละประเภทของกลุ่มนักเดินทาง สามารถดูได้ที่ <a href="http://www.mehongkong.com/eng/products-and-offers/hong-kong-rewards/Privileges-at-a-Glance.html">http://www.mehongkong.com/eng/products-and-offers/hong-kong-rewards/Privileges-at-a-Glance.html</a></li> </ul>

# ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข (อินเดีย)

ปัญหาอุปสรรคที่พบ	แนวทางแก้ไข/การดำเนินงานในอนาคต
<ul style="list-style-type: none"><li>การพัฒนาสินค้าโดยเฉพาะการนำเสนอโปรแกรมใหม่ๆที่มีการสอดแทรกความคิดสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มลูกค้าองค์กรยังคงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากตลาดอินเดียประมาณร้อยละ 65-70 เป็นนักเดินทางที่เคยมาจัดการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเมืองไทยแล้ว ซึ่งคู่ค้าในประเทศไม่ได้เสนอเส้นทางใหม่ให้ จึงยังคงเป็นการนำเสนอในรูปแบบเดิม</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>แนะนำให้คู่ค้าในไทยนำเสนอโปรแกรมใหม่ๆตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่จัดประชุมที่สามารถผนวกแนวคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆที่น่าสนใจ</li></ul>

# ผลการดำเนินงาน ไตรมาส ๓ /๒๕๕๙ ประเด็นการตลาดที่สำคัญ (จีน)

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา มายังประเทศไทย	สถานการณ์การตลาด
จีน	<p><b>Group Update</b> จำนวน 11,501 คน (เป้าหมาย MI: 15,000 คน)</p> <p><b>จำนวนกลุ่ม Mega Group</b> 4 กลุ่ม (เป้าหมาย 5 กลุ่ม)</p> <p>(ข้อมูลตั้งแต่ ต.ค. 58 – มิ.ย. 59)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จากสภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย และการใช้นโยบายต่อต้านการทุจริตในประเทศจีน ทำให้ภาคอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทประกัน บริษัทด้านการเงิน บริษัทผลิทยา ไม่สามารถส่งออกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ (Mega Group) จากประเทศจีนได้เหมือนแต่ก่อน อย่างไรก็ตาม การที่รัฐบาลจีนสนับสนุนและออกใบอนุญาตประกอบธุรกิจให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมขายตรงในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ทำให้ภาคอุตสาหกรรมดังกล่าวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างส่วนแบ่งในตลาดเป็นอย่างมาก เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวประเภทการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มากขึ้น ขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ขึ้น และปริมาณสินค้าที่ขายได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทขายตรงชั้นนำ เช่น Infinitus, Amway, Tien, Prohealth เป็นต้น</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>สายการบินบางกอกแอร์เวย์จะเปิดเส้นทางสู่ประเทศจีนอีกครั้งหลังปิดเส้นทางในช่วงที่ประเทศไทยเผชิญกับวิกฤตทางเศรษฐกิจ เส้นทางที่จะเปิดนั้นเป็นเส้นทางจากเกาะสมุยสู่เมืองใหญ่ของจีน เช่น เซิงตู ฉงชิ่ง และกวางเจา การบินในเส้นทางดังกล่าวจะเริ่มในช่วงกลางเดือนกรกฎาคมโดยใช้เครื่องบิน Airbus 319 และมีความถี่ของเที่ยวบิน 4 ครั้งต่อสัปดาห์ การเปิดเส้นทางการบินในเส้นทางดังกล่าวเป็นการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจในเส้นทางการบินใหม่ของบางกอกแอร์เวย์</li> </ul>

