

ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมไมซ์ Meeting, Incentive, Conventions, Exhibitions (MICE) ในยุคโควิด-19

ศรวีย์ สมสวัสดิ์^{1,*}, ชนมณี ทะนันเปง²

¹คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

²คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Received: 4 September 2020

Revised: 29 October 2020

Accepted: 26 November 2020

บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การปรับตัวขององค์กรในอุตสาหกรรม MICE จากการระบาดของโควิด-19 ปัจจุบัน โควิด-19 ได้คุกคามต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทั่วโลก ทั้งในด้านสุขภาพ ทรัพย์สิน โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจซึ่งได้ทำการศึกษาข้อมูลจากผลกระทบต่อ “อุตสาหกรรม MICE” ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าได้กว่าแสนล้านบาทต่อปี แต่ช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา ทำให้อุตสาหกรรม MICE มีรายได้ต่ำที่สุดในรอบ 10 ปี การดำเนินธุรกิจไม่สามารถทำได้ เนื่องจากขัดกับมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม ทำให้รายได้ลดลงกว่าร้อยละ 60 แต่เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งได้มีการปรับตัวในการจัดกิจกรรมเพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ที่เกิดขึ้น ทั้งการใช้เทคโนโลยี Virtual Meeting การถ่ายทอดสดการประชุมออนไลน์ รวมไปถึงการหาโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดการปรับตัวขององค์กรแบบชั่วคราว มีข้อจำกัดคือ เหมาะเฉพาะกับบางธุรกิจในระบบอุตสาหกรรม MICE เท่านั้น ข้อเสนอแนะของอุตสาหกรรม MICE ในยุคโควิด-19 ควรจะเกิดการผสมผสานการปรับตัวระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเข้าด้วยกัน คือ การผนวกรหว่างการใช้เทคโนโลยี การบริหารจัดการ ภาวะผู้นำ นโยบาย มาตรการ และข้อบังคับ เข้าด้วยกัน ซึ่งการทำให้อุตสาหกรรม MICE อยู่รอดและมีการเติบโตอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงการดำเนินงานในระยะสั้นเป็นเบื้องต้นก่อน คือการปรับตัวให้เข้าสถานการณ์ปัจจุบัน และตามด้วยการดำเนินงานในระยะยาวที่ต้องคำนึงถึงบุคลากร การส่งเสริมเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ การจัดการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และต้องอาศัยภาวะผู้นำของผู้บังคับการ เพื่อทำให้อุตสาหกรรมเกิดสมรรถนะที่สูง ส่งผลต่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ประเทศไทยต่อไป

คำสำคัญ : อุตสาหกรรม MICE โควิด-19

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: sorawat.somsawat@gmail.com

How dose Meeting, Incentive,Conventions, Exhibitions (MICE) Industry survive through Covid-19 era?

Sorrawat Somsawat^{1,*}, Chonmani Tananpang²

¹Faculty of Business Administration and Technology Lampang Inter-Tech College

²Thammasat Business School ,Thammasat University

Received: 4 September 2020

Revised: 29 October 2020

Accepted: 26 November 2020

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the organizational adaptation in MICE industry from the spread of Covid-19. The emergence of a novel coronavirus (COVID-19) has been threatening the livings of worldwide people in the aspects of health, property, and economy which could affect almost all sectors of business. One of these businesses is the MICE industry which is considered as the most significant economic machine of Thailand capable of creating an industrial value of above a hundred thousand million baht per year. In the preceding period of the COVID-19 outbreak, the MICE industry has yielded the lowest revenue in the last 10 years. The businesses could not be conducted due to the contradiction to the social distancing measure, causing the income rapidly decreased more than 60 percent. For the business retention purpose, the entrepreneurs have commenced the adjustment by organizing the activity to be consistent with the new normal emerged, by applying virtual meeting for the broadcasting of online meeting including seeking the new business model. However, these changes have limitations. They are only suitable for certain businesses in the MICE industry. Therefore, the way to make the whole system survive is merging the adaptation between internal and external factors - that is to say, applying technology with the management, the leadership, the policy, the measure, and the rule. To grow sustainably, the short-term operations must be considered first which is harmoniously adaptation to the current situation. The following step is the long-term operations which are the personnel, the promoting a learning organization, the effective management. Lastly, the organizational leadership which will create high performance enhances the vitality of MICE industry in Thailand.

Keywords : MICE Industry, Covid-19

*Corresponding Author; Email: sorrawat.somsawat@gmail.com

บทนำ

ตั้งแต่มีการค้นพบของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือชื่อที่เป็นที่รู้จักว่า “โรคโควิด-19” ทำให้มีสถิติผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้น และเกิดการแพร่ระบาดเป็นวงกว้าง ผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนอย่างมาก ไม่เพียงเท่านั้นโรคโควิด-19 ยังได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ประกอบกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกันต่างได้รับผลกระทบมากตามไปด้วย โดยหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบอย่างชัดเจน ประกอบด้วย ธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) และการจัดแสดงสินค้า (Exhibitions) หรือรวมเรียกว่า “อุตสาหกรรม MICE” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มคน ดังนั้นจึงถูกสั่งระงับการจัดทุกกิจกรรมตามมาตรการลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในแต่ละพื้นที่

มาตรการดังกล่าวส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศตลอดช่วงระยะเวลาของการแพร่ระบาดที่ผ่านมามีจำนวนลดลง รวมไปถึงนโยบายภาครัฐที่เน้นการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ยิ่งส่งผลให้การประกอบอุตสาหกรรม MICE ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ ถึงแม้ว่าปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดได้ลดความรุนแรงลงแล้วในหลายพื้นที่ การรักษาระยะห่างทางสังคมยังคงเป็นสิ่งจำเป็นที่สังคมต้องปฏิบัติตาม ทำให้อุตสาหกรรม MICE ยังไม่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างเต็มที่ นำไปสู่การขาดรายได้ในการรักษาและคงไว้ซึ่งธุรกิจ ดังนั้นการปรับตัวเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ในยุคโควิด-19 จึงจำเป็นต้องให้ผู้ประกอบการตระหนักและคำนึงถึงการปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์อย่างเข้าใจ

ข้อจำกัดของการจัดกิจกรรมทางสังคม ทำให้อุตสาหกรรม MICE เกิดการสูญเสียรายได้กว่าร้อยละ 60 หรือสูญเสียได้ทางตรงซึ่งลดลง 1.6 แสนล้านบาท จากเดิมที่ตั้งเป้าหมายไว้ 2.2 แสนล้านบาท ขณะที่รายได้ทางอ้อมได้ตั้งเป้าหมายที่ 5.4 แสนล้านบาท และคาดว่าจะลดลงเหลือเพียง 2 แสนกว่าล้านบาท (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2020) ฉะนั้นการทำให้อุตสาหกรรม MICE ยังสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้จึงมีความสำคัญทั้งต่ออุตสาหกรรมเองและมีความสำคัญต่อโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจด้วย บทความนี้จะจึงได้ทำการศึกษาเพื่อหาแนวทางที่จะทำให้อุตสาหกรรม MICE ยังคงอยู่รอดภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ต่อไปนี้ ภายใต้ชื่อเรื่อง “ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมไมซ์ Meeting, Incentive, Conventions, Exhibitions (MICE) ในยุคโควิด-19”

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์การปรับตัวขององค์กรในอุตสาหกรรม MICE จากการระบาดของโควิด-19

อุตสาหกรรม MICE สำคัญอย่างไร

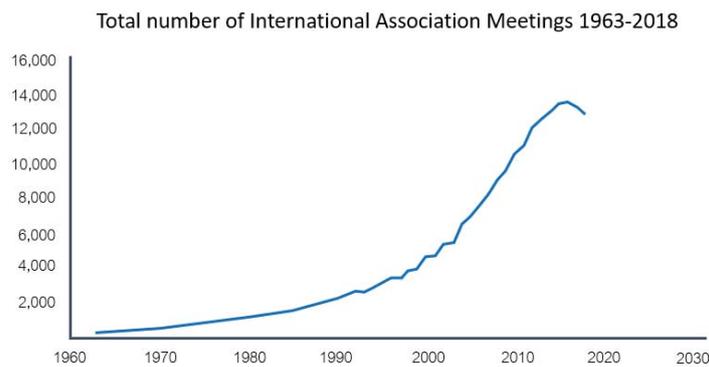
อุตสาหกรรม MICE ย่อมาจากคำว่า Meetings, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions (หรือบางครั้ง C หมายถึง Conferencing และ E หมายถึง Events) ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานต่างๆ เช่น งานปาร์ตี้ งานนิทรรศการ งานแสดงสินค้า งานประชุม หรือแม้แต่คอนเสิร์ต เป็นต้น โดยได้พัฒนามาจากธุรกิจนำเที่ยวแต่นำเสนอบริการเป็นการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าต่างๆ ธุรกิจในรูปแบบดังกล่าวกำลังขยายตัวทุกปี

อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจต่างๆ มากมาย ทำให้อุตสาหกรรม MICE สามารถสร้างรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับประเทศในแต่ละปีละไม่ต่ำกว่าหนึ่งแสนล้านบาท

รายได้ทางตรง เกิดจากนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมงานประชุม หรืองานจัดแสดงสินค้าต่างๆ ในประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพและมีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 3-4 เท่า ส่วนรายได้ทางอ้อม มาจากการลงทุน การจัดงานแสดงต่างๆ นอกจากนี้การจัดงานไมซ์ยังช่วยส่งเสริมธุรกิจอื่นๆ ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศอีกจำนวนมาก

นอกจากนี้ยังสังเกตได้ว่าปัจจุบันมีการจัดตั้งองค์กร สมาคมต่างๆ ขึ้นมากมาย ทำให้ต้องมีการพบปะพูดคุยกันมากขึ้น ในขณะที่หลายๆ องค์กรได้จัดการเดินทาง จัดกิจกรรมเพื่อลดความเครียดให้กับพนักงาน หรือเป็นรางวัลที่พนักงานทำงานได้ตามเป้าหมาย ด้วยสาเหตุเหล่านี้ทำให้อุตสาหกรรม MICE มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

อุตสาหกรรม MICE จึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลเกี่ยวเนื่องกับภาคธุรกิจบริการอื่นๆ อย่างกว้างขวาง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการสื่อสาร ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจธนาคาร เป็นต้น



ภาพที่ 1 จำนวนการจัดงานประชุมตั้งแต่ปี 1963-2018

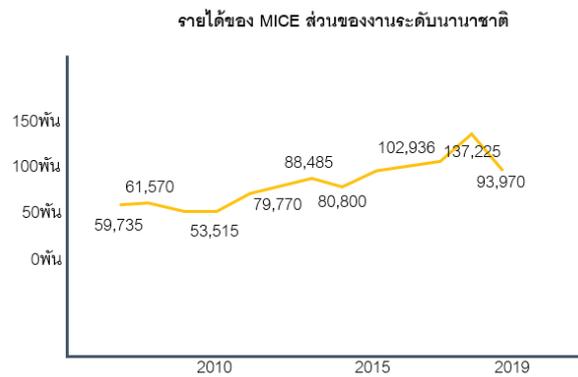
ที่มา : International Congress and Convention Association (2019)

จากรายงานของสมาคมการจัดการประชุมนานาชาติระดับโลก (International Congress and Convention Association หรือ ICCA) การจัดงานประชุมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2511 (ค.ศ 1968) และเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2553-2563 (ค.ศ 2010 - 2020) ดังภาพที่ 1 โดยสัดส่วนของงานประชุมส่วนมากจะถูกจัดขึ้นในทวีปยุโรปกว่าร้อยละ 50 รองลงมาจะถูกจัดขึ้นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกร้อยละ 23 ส่วนที่เหลือร้อยละ 27 กระจายอยู่ในทวีปอื่นๆ ซึ่งหากจัดอันดับรายประเทศ งานประชุมถูกจัดขึ้นมากที่สุดในสหรัฐอเมริกา เยอรมัน และสเปน ตามลำดับ สำหรับในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก งานประชุมจัดขึ้นในประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด รองลงมาเป็นจีน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และไทยอยู่ในอันดับที่ 5

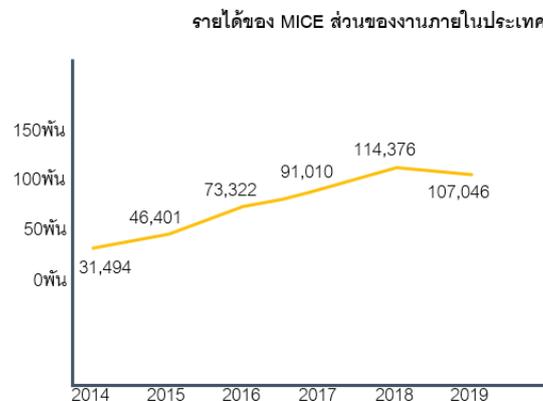
ประเทศไทยเป็นอันดับสองในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีการจัดประชุมมากที่สุด โดยมีกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่รองรับผู้เดินทางเข้าร่วมประชุมเป็นจำนวนมาก และจัดได้ว่าเป็นอันดับ 3 ของทวีปเอเชีย (International Congress and Convention Association, 2019) จากรายงานของสมาคมอุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้า

นานาชาติระดับโลก (Union des Foires Internationales หรือ UFI) พบว่า ในปี 2560 การจัดลำดับพื้นที่อาคารสำหรับการจัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่ นั้น ประเทศไทยก็มีปริมาณพื้นที่อาคารสำหรับการจัดแสดงสินค้าที่มากเป็นอันดับที่ 21 ของโลก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.7 ของพื้นที่อาคารสำหรับการจัดแสดงสินค้าทั่วโลก โดยศูนย์แสดงสินค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย คือ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี จะเห็นได้ว่าธุรกิจของการจัดงานประชุมนั้น เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญในลำดับต้นของอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย และจัดได้ว่ามีความสำคัญแห่งหนึ่งของทวีปเอเชีย (UFI The Global Association of the Exhibition Industry, 2017)

ที่ผ่านมาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามข้อมูลของ Thailand Convention and Exhibition Bureau หรือ TCEB ในปี 2562 (ค.ศ. 2019) จำนวนผู้เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมงาน MICE ทั้งในประเทศและต่างประเทศมีจำนวนรวมมากกว่า 31 ล้านคน จำนวนงานที่จัดขึ้นรวมมากกว่า 5 หมื่นงาน โดยแบ่งเป็นงานระดับนานาชาติ 8,731 งาน มีผู้เดินทาง 2 ล้านคน สร้างมูลค่ากว่า 9.3 หมื่นล้านบาท และงานภายในประเทศ 46,338 งาน มีผู้เดินทาง 29.61 ล้านคน สร้างมูลค่ากว่า 1 แสนล้านบาท หรือมูลค่ารวมทั้งงานระดับนานาชาติกับงานภายในประเทศมีมูลค่ากว่า 2 แสนล้านบาท และเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอด 5 ปีที่ผ่านมา (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2020) ดังภาพที่ 2 และภาพที่ 3



ภาพที่ 2 รายได้ของ MICE ส่วนของงานระดับนานาชาติ 2007-2019
ที่มา : Thailand Convention and Exhibition Bureau (2020)



ภาพที่ 3 รายได้ของ MICE ส่วนของงานภายในประเทศ 2014-2019
ที่มา: Thailand Convention and Exhibition Bureau (2020)

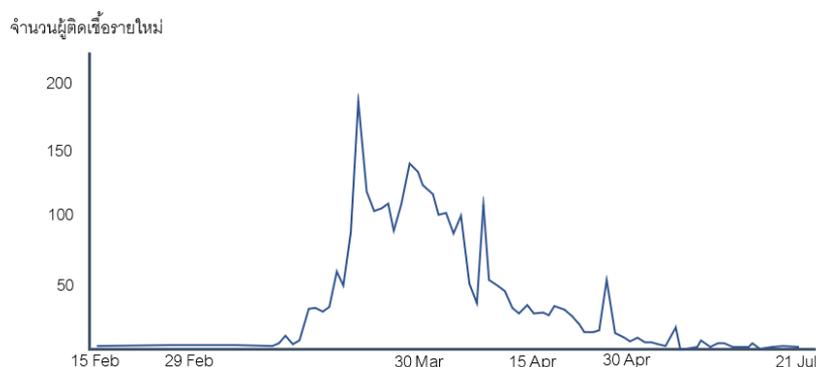
จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้นด้วยการดึงดูดภาคการท่องเที่ยว การสัมมนาและการลงทุนได้สร้างรายได้มหาศาลต่อประเทศ บ่งบอกได้ถึงถึงความสำคัญของอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย รวมไปถึงประเทศไทยยังเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของการจัดงานประชุมต่างประเทศหรือสัมมนาในระดับนานาชาติที่มีการจองคิวพื้นที่จัดงานล่วงหน้าอีกจำนวนมากด้วย นับได้ว่าไทยเป็นหนึ่งในผู้นำของอุตสาหกรรม MICE ในระดับภูมิภาคของทวีปเอเชีย

รูปแบบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรม MICE

สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสสายพันธุ์ใหม่ หรือ โควิด-19 มีจุดเริ่มต้นมาจากเมืองอู่ฮั่นในประเทศจีน ตั้งแต่ช่วงปลายเดือนธันวาคม ปี 2562 รายงานการพบโรคปอดอักเสบไม่ทราบสาเหตุครั้งแรก และได้มีรายงานที่เกี่ยวข้องกับเชื้อไวรัสชนิดนี้เรื่อยมาจากประเทศจีน ทั้งอาการ การติดเชื้อจากคนสู่คน ความรุนแรง การป้องกัน จนเป็นที่มาของการใช้มาตรการการปิดเมืองเป็นประเทศแรกของโลก โดยอาการของผู้ได้รับเชื้อไวรัสจะมีอาการป่วยตั้งแต่โรคไข้หวัดธรรมดาไปจนถึงอาการที่มีความรุนแรงมากคล้ายที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เช่น โรคระบบทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS-COV) และโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS-COV) เป็นต้น ณ ปัจจุบันโควิด-19 ยังไม่สามารถคิดค้นยาต้านไวรัสหรือวัคซีนป้องกันได้ จึงก่อให้เกิดอาการป่วยของระบบทางเดินหายใจในคน และสามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้ ฉะนั้นจึงเป็นสิ่งที่ทำให้คนทั่วโลกวิตกกังวลกับการแพร่ระบาดในครั้งนี้นำไปสู่การห้ามการเดินทาง การกักกันตัว การปิดสถานที่ต่างๆ และห้ามการออกจากเคหสถาน (Bright Today, 2020) ตลอดระยะเวลาของการแพร่ระบาดนั้นได้ใช้ระยะเวลาเพียง 3 เดือน เชื้อไวรัสชนิดนี้ได้แพร่กระจายไปยังทั่วทุกภูมิภาคของโลก และได้เกิดศูนย์กลางการแพร่ระบาดแห่งใหม่ ทั้งเกาหลีใต้ อิหร่าน อิตาลี (BBC Thai, 2020) จนมาถึงสหรัฐอเมริกา (MARKETINGOOPS!, 2020) และยังมีแนวโน้มที่จะเกิดศูนย์กลางการแพร่ระบาดอีกในประเทศอื่น โดยส่วนใหญ่ประเทศที่มีการพบการติดเชื้อได้นำรูปแบบการปิดเมืองนำไปใช้กับประเทศตนเอง จนเกิดรูปแบบการดำรงชีวิตแบบใหม่ของโลกใบนี้ คือ การเว้นระยะห่างทางสังคมหรือ Social Distancing (Siamrath Online, 2020) นั่นเอง

สำหรับประเทศไทยมีรายงานพบผู้ติดเชื้อเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2563 (13 January 2020) และได้พบผู้ติดเชื้ออย่างต่อเนื่องจนมีการพบการติดเชื้อกันในหมู่คนไทยด้วยกันเอง แต่ยังไม่พบผู้ติดเชื้อในระดับที่ต่ำคือน้อยกว่า 10 รายต่อวัน จนกระทั่งในช่วงกลางเดือนมีนาคม (March 2020) ที่พบการแพร่ระบาดจากสนามมวยซึ่งถือว่าการติดเชื้อและแพร่ระบาดในลักษณะกลุ่มก้อนครั้งแรกในประเทศไทย และได้กระจายการแพร่ระบาดออกไปยังภูมิภาคต่างๆ ของไทย ทำให้พบผู้ติดเชื้อกลางเดือนมีนาคม (March 2020) เพิ่มขึ้นต่อวันอย่างรวดเร็วไปถึงระดับ 100 คนต่อวัน และมียอดผู้ติดเชื้อสะสมสูงขึ้นเป็น 1,600 ราย ในช่วงปลายเดือนมีนาคม ดังภาพที่ 4 ที่แสดงถึงจำนวนผู้ติดเชื้อในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม (February - May 2020) ทำให้ทางรัฐบาลและผู้ว่าราชการจังหวัดในพื้นที่ระบาดได้ออกคำสั่งการปิดสถานที่ต่างๆ ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการแพร่ระบาด เช่น สถานศึกษา สถานบันเทิง ศูนย์การค้า ตลาด ร้านอาหารเปิดเฉพาะจำหน่ายแบบนำกลับ และสนับสนุนให้หน่วยงานราชการและเอกชนทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) มีปิดพรมแดนทางบกทั่วประเทศ จนท้ายที่สุดมีการออกพระราชกำหนดการบริหารงานภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉิน มีการประกาศเคอร์ฟิวห้ามออกจากเคหสถานรวมถึงการห้ามอากาศยานขนส่งโดยสารเข้าประเทศไทย รวมไปถึงการรณรงค์ให้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมให้มากที่สุดในทุกพื้นที่ของประเทศ (Research and Academic Emergency Operations Center, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2020)

จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ในประเทศไทยตั้งแต่ 15 กุมภาพันธ์ – 21 พฤษภาคม



ภาพที่ 4 จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันตั้ง 15 February 2020 – 21 May 2020

ที่มา : Worldometers (2020)

มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมหรือ Social Distancing (กระทรวงสาธารณสุข) คือ การเว้นระยะห่างของตนเองกับผู้อื่น ลดการสัมผัส การอยู่ในสถานที่แออัด เพื่อลดโอกาสของการแพร่เชื้อและการติดเชื้อ เนื่องจากรูปแบบของการติดเชื้อไวรัสนี้จะติดเชื้อผ่านสารคัดหลั่งที่เกิดจากการไอ จาม น้ำลาย น้ำมูก ฉะนั้นการเว้นระยะห่างซึ่งกันและกันเป็นการลดโอกาสการสัมผัสของสารคัดหลั่งเหล่านี้จากอีกฝ่าย ฉะนั้นการจัดกิจกรรมที่มีลักษณะของการรวมตัวกันของคนหมู่มาก รวมไปถึงสถานที่ที่ก่อให้เกิดการรวมตัวของผู้คน ที่ไม่สามารถสร้างระยะห่างทางสังคมได้ จึงถูกประกาศงดจัดกิจกรรมอย่างสิ้นเชิง ฉะนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบของการเดินทาง และมีการรวมตัวของผู้คนสูง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรม MICE ที่เน้นการทำกิจกรรมร่วมกัน มีการพบปะกัน จึงเป็นธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับการทำกิจกรรมด้านระยะห่างทางสังคมอย่างยิ่ง ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจอย่างหนัก

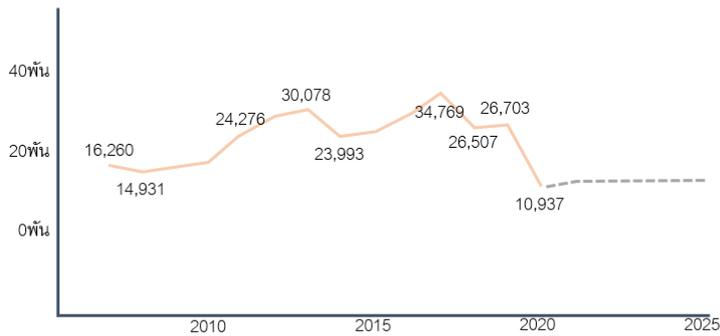
ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรม MICE

จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถิติจำนวนผู้เดินทางชาวต่างชาติในเดือนมีนาคม 2563 (March 2020) ลดลงร้อยละ 76 เมื่อเทียบกับปี 2562 และจำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศในสนามบินนานาชาติ 5 สนามบินหลัก มีปริมาณลดลงกว่าร้อยละ 90 เนื่องมาจากการประกาศห้ามเครื่องบินโดยสารทำการบินเข้าประเทศ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศมีการปิดทำการ ทั้งอุทยานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด สถาบันบันเทิง ศูนย์การค้า ด้วยสถานการณ์เช่นนี้ ธุรกิจที่พักและโรงแรมได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ทำให้โรงแรมบางแห่งปิดบริการชั่วคราว เช่น กลุ่มบริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (Siamrath Online, 2020) บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า จำกัด (มหาชน) บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) (The Standard, 2020) เป็นต้น และยังมีโรงแรมขนาดเล็กอีกหลายแห่งต้องปิดกิจการ (Thansettakij, 2020)

อุตสาหกรรม MICE เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่นกัน โดยเฉพาะตั้งแต่มีคำสั่งจากกรุงเทพมหานครที่สั่งปิดสถานที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาดเมื่อ 22 มีนาคม 2563 (22 March 2020) (ข่าวไทยพีบีเอส) โดยสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการเป็นหนึ่งในสถานที่เสี่ยงที่ถูกสั่งปิด ทำให้ทั้งการจัดงานสัมมนาในโรงแรม การจัดงานประชุม การจัดการแสดงสินค้า งานอีเว้นท์ ถูกเลื่อนอย่างไม่มีกำหนด

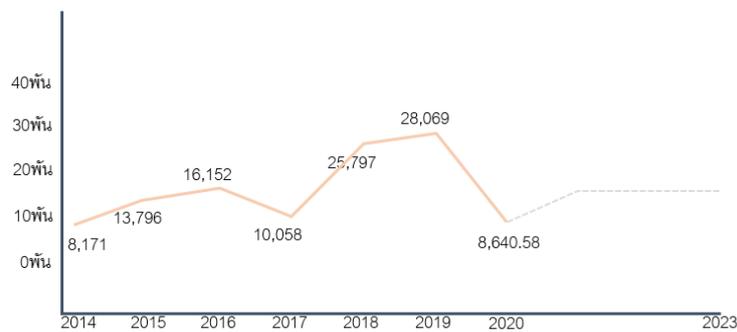
หรือถูกยกเลิกกิจกรรมในพื้นที่ ส่วนมูลค่าของอุตสาหกรรม MICE ที่ได้รับผลกระทบ จากข้อมูลของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB แสดงให้เห็นว่ารายได้จากอุตสาหกรรม MICE ช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม 2563 ในส่วนของต่างประเทศต่ำที่สุดในรอบ 10 ปี อยู่ที่ 10,937 ล้านบาท และภายในประเทศต่ำสุดในรอบ 5 ปี อยู่ที่ 8,640 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2020) รวมไปถึงจำนวนงานประชุมและผู้เดินทางได้ลดลงไปเช่นเดียวกัน และยังได้มีการคาดการณ์ถึงแนวโน้มข้างหน้าที่ต้องใช้เวลาอีก 3-5 ปี ที่จะทำให้ปริมาณผู้เดินทางรวมถึงรายได้จะกลับมาเทียบเท่ากับในปี 2562 ดังภาพที่ 5 และภาพที่ 6

รายได้ของ MICE ส่วนของงานระดับนานาชาติ ช่วงมกราคม-มีนาคมในแต่ละปี



ภาพที่ 5 รายได้ของอุตสาหกรรม MICE ส่วนของงานระดับนานาชาติ ช่วงมกราคม-มีนาคม ตั้งแต่ปี 2007-2020
ที่มา : Thailand Convention and Exhibition Bureau (2020)

รายได้ของ MICE ส่วนของงานภายในประเทศ ช่วงมกราคม-มีนาคมในแต่ละปี



ภาพที่ 6 รายได้ของอุตสาหกรรม MICE ส่วนของงานภายในประเทศ ช่วงมกราคม-มีนาคม ตั้งแต่ปี 2007-2020
ที่มา: Thailand Convention and Exhibition Bureau (2020)

ผลกระทบของอุตสาหกรรม MICE ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการด้านที่พักและสถานที่จัดประชุมเท่านั้น แต่ยังส่งกระทบต่อเนื้ออย่างเป็นวงกว้างกับธุรกิจอื่น เนื่องจากอุตสาหกรรม MICE ยังมีธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวข้องมากมาย เช่น ธุรกิจรับจัดเลี้ยง ธุรกิจก่อสร้างบูธ ธุรกิจการสร้างฉากเวที ธุรกิจด้านอุปกรณ์แสงสีเสียง บริษัทรับจัดงานอีเว้นท์ รวมไปถึงผู้ประกอบการอาชีพอิสระที่เกี่ยวข้อง เช่น พิธีกร พรีตตี้ ช่างภาพ สตูดิโอถ่ายภาพ เป็นต้น

สอดคล้องกับผลการสำรวจผลกระทบของการระบาดโควิด-19 จากผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับ MICE ของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูล ณ วันที่ 20 พฤษภาคม 2563) (Ministry of Tourism and Sports of Thailand, 2020) ว่าสิ่งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE มากที่สุด คือ การลดลงของจำนวนลูกค้า การลดลงของรายได้ และการลดลงของสภาพคล่องทางการเงิน และยังได้คาดการณ์ถึงระยะเวลาการฟื้นตัวของทุกธุรกิจที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ซึ่งให้ความเห็นว่าจะกลับสู่ภาวะปกติต้องใช้เวลามากกว่า 6 เดือนและฟื้นตัวในลักษณะของกราฟ L-Shape คือกราฟที่มีการเคลื่อนไหวไปทางด้านข้าง ยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับมาจุดเดิมได้ในระยะเวลาอันใกล้ สะท้อนถึงผลกระทบในครั้งนี้อาจส่งผลอย่างมากกับอุตสาหกรรมและใช้ระยะเวลาในการทำให้อุตสาหกรรม MICE กลับมาดำเนินการได้ปกติ หรือหากบางธุรกิจมีการกลับมาดำเนินการได้ใหม่ ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานตามภาวะ New normal ของสังคมในขณะนี้ ที่มีการนำเรื่องของการสื่อสารและการจัดกิจกรรมผ่านออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ MICE มากขึ้น

การปรับตัวของอุตสาหกรรม MICE ที่เกิดขึ้น

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้สถานที่จัดประชุมและนิทรรศการต่างๆ ไม่สามารถดำเนินการจัดกิจกรรมได้ งานนิทรรศการรวมถึงการประชุมทั่วโลกได้งดการจัดกิจกรรม แม้แต่งานที่ยิ่งใหญ่นานาชาติ ระดับโลกอย่างการจัดกีฬาโอลิมปิก 2020 ที่โตเกียว ก็ต้องเลื่อนการจัดการแข่งออกไป หรืองานเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ก็ต้องเลื่อนการจัดออกไปอย่างไม่มีกำหนดการเช่นกัน ด้วยสถานการณ์ที่กระทบอุตสาหกรรม MICE เช่นนี้ สมาคมการจัดการประชุมนานาชาติ International Congress and Convention Association (ICCA) ที่มีเครือข่ายสมาชิก 86 ประเทศทั่วโลก ได้แนะนำแนวทางให้กับประเทศสมาชิกในการบริหารจัดการภายใต้สถานการณ์วิกฤตินี้ โดยให้จัดตั้งทีมบริหารงานพิเศษในช่วงวิกฤติเพื่อสื่อสารให้กับส่วนที่เกี่ยวข้องไปในทิศทางเดียวกัน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีช่องทางการสื่อสารข่าวสารเพียงช่องทางเดียว ป้องกันการสื่อสารที่อาจจะผิดพลาด และยึดความปลอดภัยของบุคลากรในอุตสาหกรรมเป็นหลัก ซึ่ง ICCA ได้จัดเสวนาผ่านออนไลน์ให้สมาชิกทั่วโลกเข้าร่วมประชุมแบบ Virtual Meeting (การประชุมเสมือนจริงผ่านออนไลน์) (MICE Intelligence Team, 2020)

เครื่องมือและเทคโนโลยีที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้นั้นในปัจจุบันมีหลายตัวที่มีประโยชน์อย่างมาก ยกตัวอย่าง เช่น (1) Live Streaming เป็นที่นิยมมาก ให้ผู้ชมได้รับชมวิทยากรหรือกิจกรรมต่างๆ ในงานได้ และผู้ชมเองก็แชร์สตรีมให้เพื่อนหรือบันทึกไว้ดูภายหลังได้ มีตัวเลือกมากมายสำหรับการจัดไลฟ์สตรีมมิ่ง อาทิเช่น Facebook Live, YouTube Live, Livestream หรือ Periscope (2) Online Networking แม้จะเจอกันต่อหน้าไม่ได้ แต่ผู้เข้าร่วมงาน ยังมีโอกาสสร้างเน็ตเวิร์กกันได้ โดยผู้จัดงานอาจใช้ตัวช่วยอย่างแอปพลิเคชัน WhatsApp, Slack หรือ Yammer ให้ผู้ร่วมงานได้พูดคุยกัน (3) Mobile Event Apps หรือแอปพลิเคชันอีเวนต์บนมือถือ ที่มีข้อมูลของงานอย่างครบถ้วน และมีเครื่องมือต่างๆ ช่วยให้ผู้ร่วมงานรับชมคอนเทนต์ หรือพูดคุยกับผู้เข้าร่วมงานคนอื่น ๆ ได้ (4) Session Collaboration และ Live Polling เป็นการรวมเซสชันเข้าด้วยกัน และจัดไลฟ์โพลลิ่ง หรือเปิดให้ผู้เข้าร่วมงานออนไลน์ได้ร่วมโหวตในหัวข้อต่างๆในงาน โดยใช้แอปพลิเคชันบนมือถือช่วยให้ผู้ร่วมงานเข้าถึงโพลได้ตลอดทั้งงานอีเวนต์ อาทิเช่น Slido (5) Virtual Meetings เหมาะสำหรับงานประชุมหรืออีเวนต์ขนาดเล็ก อาทิเช่น อีเวนต์ภายในองค์กร เป็นต้น

เครื่องมือและเทคโนโลยีที่นำมาใช้รับมือและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ส่งผลให้ในแต่ละองค์กรระหว่างประเทศมีรูปแบบการเสวนาเพื่อให้อาสาสมัครดำเนินงานต่อได้ภายใต้สถานการณ์ที่ต้องรักษาระยะห่าง ถือได้ว่าได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดเสวนาได้อย่างเหมาะสม ไม่เพียงแต่องค์กรระหว่างประเทศเท่านั้นที่ได้นำรูปแบบ Virtual Meeting (การประชุมเสมือนจริงผ่านออนไลน์) มาใช้ ตัวอย่างเช่น บริษัทผู้จัดงานอย่าง QODE Brisbane ประเทศออสเตรเลียร่วมกับบริษัทเทคโนโลยีการจัดสัมมนาออนไลน์ และ YouTube ก็ได้ถ่ายทอดสดงานสัมมนาแบบออนไลน์ ดังภาพที่ 7 มีวิทยากรจากทั่วโลกเข้าร่วมพูดคุยในงาน โดยระหว่างงานผู้เข้าร่วมงานสามารถเยี่ยมชมบูธแสดงสินค้าภายในงานผ่านเทคโนโลยี Virtual Reality ซึ่งสามารถพูดคุยเจรจากันได้เหมือนได้พบกันต่อหน้า (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2020)



ภาพที่ 7 การจัดงาน QODE Brisbane ถ่ายทอดงานสัมมนาแบบออนไลน์
ที่มา : QODE Brisbane (2020)

ภาพที่ 8 และภาพที่ 9 แสดง “V2EC” การประชุม VR (Virtual Reality) เต็มรูปแบบครั้งแรกของโลกในวันที่ 19 มีนาคม 2563 ที่เกาหลีใต้ จัดโดย HTC มีผู้เข้าร่วม 2,000 คน จาก 55 ประเทศ เป็นการเข้าร่วมงานแบบเรียลไทม์เสมือนจริง โดยที่ไม่ต้องเดินทางมายังสถานที่จริง ผู้เข้าร่วมสามารถพูดคุย ชัดแจ้งหวัะระหว่างพูดคุยตอบคำถาม มีส่วนร่วมในการอภิปราย สามารถเชิญผู้เข้าร่วมประชุมขึ้นเวทีและถามคำถาม โดยจะดำเนินการผ่านร่างอวตาร (ตัวละครในโลกออนไลน์) ซึ่งไม่ใช่คนจริงๆ เปรียบเสมือนได้เข้าไปร่วมประชุมแบบออฟไลน์ (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2020)



ภาพที่ 8 “V2EC” การประชุม VR (Virtual Reality) ใช้ตัวละครสมมติในโลกออนไลน์
ที่มา: Carlton (2020)



ภาพที่ 9 การใช้ VR (Virtual Reality) ใน “V2EC”
ที่มา: Carlton (2020)

นอกจากการจัดงานประชุมที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนและทดแทนแล้ว ในธุรกิจงานอีเวนต์อื่นๆ ก็ได้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเช่นกัน อย่างการจัดแฟชั่นโชว์ของเสื้อผ้ายี่ห้อ Armani จากเดิมที่ต้องจัดงานในมิลาโน แต่ติดปัญหาเรื่องของการแพร่ระบาดของโรค ทำให้ต้องมาจัดแฟชั่นโชว์แบบออนไลน์ผ่านการ “ไลฟ์สตรีมมิ่ง” (Live Streaming) ให้ผู้ชมเข้าชมแทน หรือแม้แต่การจัดงานเทศกาลศิลปะ Art Basel ที่ประกาศยกเลิกการจัดงานในฮ่องกง ได้มาจัดงานแบบออนไลน์แทนโดยใช้ชื่อ “Online Viewing Room” ให้ผู้เข้าชมงานเดินชมงานศิลปะแบบออนไลน์แทน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าว ได้รับการตอบรับจากผู้เข้าร่วมงานเป็นอย่างมาก (MICE Intelligence Team, 2020)

สำหรับประเทศไทยเริ่มมีการปรับตัว โดยได้นำแนวคิดการจัดสัมมนาออนไลน์มาใช้ในงานอีเวนต์ ตัวอย่างเช่น งานสัมมนาของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) เรื่อง ธุรกิจ SME จะปรับตัวให้รอดและรุ่งได้อย่างไรในยุค COVID-19 เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2563 เป็นการถ่ายทอดสดผ่าน Facebook Live (SME ONE, 2020) หรือจะเป็นการสร้างสตูดิโอสำหรับการถ่ายทอดสดออนไลน์โดยเฉพาะของบริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) ผู้จัดธุรกิจอีเวนต์และการสื่อสารครบวงจร ได้สร้างสตูดิโอสตรีมมิ่งครบวงจรสำหรับจัดงานอีเวนต์ งานประชุม งานสัมมนา คอนเสิร์ตแบบออนไลน์ บางบริษัทได้ปรับตัวหาธุรกิจใหม่เพื่อให้บริษัทยังดำเนินการต่อไปได้ อย่างบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) ผู้นำด้านการจัดงานอีเวนต์ในประเทศ ได้สร้างธุรกิจฟันทสปเรย์ฆ่าเชื้อให้บริการแก่หน่วยงานองค์กรของรัฐ เอกชน และที่อยู่อาศัย (Puttanont, 2020)

จากผลการสำรวจผลกระทบการระบาดของโควิด-19 ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE ของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูล ณ วันที่ 20 พฤษภาคม 2563) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ข้อมูลถึงการปรับตัวในช่วงการระบาด คือการปรับให้พนักงานทำงานที่บ้านและการปรับลดเงินเดือนพนักงาน กว่าร้อยละ 60 และอีกส่วนหนึ่ง คือการให้ความสำคัญต่อการบริการทางออนไลน์และเพิ่มบริการออนไลน์ กว่าร้อยละ 30 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการปรับตัวใช้เทคโนโลยีออนไลน์กับธุรกิจมากขึ้น นอกจากนี้แนวทางการดำเนินธุรกิจหลังการแพร่ระบาดสิ้นสุด ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าต้องมีการปรับปรุงธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ถึงร้อยละ 65.8 ดังเช่น บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด หรือ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ได้เพิ่มมาตรการเฝ้าระวังสถานการณ์ มีการทำความสะอาดสถานที่ การดูแลสถานที่ ปรับแผนงานเพื่อ

ลดการใช้พลังงาน มีจุดคัดกรองก่อนเข้าอาคาร เตรียมพร้อมสำหรับการให้บริการอีกครั้งเมื่อสถานการณ์คลี่คลายแล้ว (Siamrath Online, 2020)

ถึงแม้ว่าจะมีการปรับตัวของธุรกิจเพื่อให้อยู่รอดภายใต้สถานการณ์ระบาดหลากหลายรูปแบบ แต่ก็ต้องยอมรับว่าหลังจากนี้การเว้นระยะห่างทางสังคมก็ยังคงเป็นสิ่งจำเป็นอยู่ เพราะการแพร่ระบาดของเชื้อยังคงมีอยู่ จนกระทั่งโลกจะผลิตวัคซีนป้องกัน หรือหาทางรักษาเพื่อหยุดยั้งการแพร่ระบาดได้ ด้วยสถานการณ์เหล่านี้จะก่อให้เกิดความปกติใหม่ หรือ New Normal ต่อไป ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในหลายภาคส่วนรวมไปถึงอุตสาหกรรม MICE ที่ต้องหาวิธีปรับตัวเพื่อความอยู่รอดต่อไปในอนาคต

สรุป

1. ความอยู่รอดเพื่ออนาคตของอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย

สถานการณ์โดยทั่วไปในประเทศไทยตั้งแต่ช่วงเดือนพฤษภาคม 2563 ที่ผ่านมา พบว่ามีผู้ติดเชื้อรายใหม่ลดลงอย่างต่อเนื่องและพบผู้ติดเชื้อต่ำกว่า 10 คนต่อวัน ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ใช่การติดเชื้อจากภายในประเทศ บ่งบอกถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดในประเทศได้ลดลง นำมาสู่มาตรการการผ่อนปรนการปิดสถานที่หรือปิดเมืองจากรัฐบาล ธุรกิจ ร้านค้าบางประเภทได้รับอนุญาตให้เปิดทำการได้ เช่น ร้านตัดผม คลินิก ร้านอาหาร การเปิดศูนย์การค้า พิพิธภัณฑ์ การอนุญาตให้สามารถจัดงานประชุมได้แบบจำกัดจำนวนผู้ร่วมประชุม ส่วนการจัดอบรม สัมมนา นิทรรศการ งานอีเว้นท์จะสามารถทำได้ในการผ่อนปรนระยะต่อไป ซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีผ่อนคลายมาตรการต่อไปในเดือนมิถุนายน 2563 โดยการเปิดกิจการหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ จะเป็นไปตามมาตรการทางด้านสาธารณสุข และยังคงต้องอยู่ภายใต้การรักษาระยะห่างทางสังคม ส่งผลถึงการดำเนินธุรกิจของทุกภาคส่วนต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการกับทางภาครัฐ และยังสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ภายใต้ การดำเนินชีวิตแบบใหม่ (New Normal) ที่กำลังเกิดขึ้น

อุตสาหกรรม MICE เป็นธุรกิจที่ต้องใช้สถานที่ในการจัดประชุมหรือนิทรรศการ และเป็นสถานที่นัดพบของผู้คนอันหลากหลาย แต่ขัดกับหลักการการป้องกันการแพร่ระบาดที่ต้องมีการเว้นระยะห่างทางสังคม ซึ่งได้มีการนำแนวคิดการประชุมแบบออนไลน์มาประยุกต์ใช้ และมีแนวโน้มที่การนำช่องทางแบบออนไลน์มาใช้มากขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการปรับตัวเพื่อใช้ช่องทางออนไลน์ และต้องพัฒนาในการนำเทคโนโลยีมาเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ โดยต้องวางแผนและดำเนินการอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบรับและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพราะไม่เพียงแต่จะสามารถนำมาใช้ใน ช่วงสถานการณ์โควิด-19 เท่านั้น หลังจากสถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติ การประชุมหรือสัมมนาออนไลน์ก็จะกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถนำมาจัดการประชุมแบบทดแทนได้

สำหรับบริษัทหรือผู้ประกอบการให้เข้าสถานที่จัดงาน เนื่องจากเป็นประกอบกิจการในลักษณะของการหารายได้กับสินค้าที่เป็นเชิงกายภาพคือพื้นที่เช่า ฉะนั้นผู้ประกอบการสามารถนำจุดแข็งในส่วนที่มีพื้นที่เป็นของตนเองนำมาประยุกต์ ดัดแปลง ปรับเปลี่ยนสถานที่ให้มีความยืดหยุ่นต่อการจัดการประชุมแบบออนไลน์ได้ เช่น การสร้างพื้นที่ที่สามารถรองรับการถ่ายทอดสด การจัดนิทรรศการออนไลน์ โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อให้ใช้ Virtual Reality (VR) หรือการตอบโต้กับผู้ร่วมงานออนไลน์ได้ ซึ่งข้อดีส่วนหนึ่งของการประชุมในช่องทางออนไลน์นั้น จะทำให้เกิดการรักษาระยะห่างทางสังคมและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และเนื่องจากโรคระบาดจะอยู่กับเรามากกว่าจะมีวัคซีนป้องกันหรือวิธีการรักษาทางการแพทย์ที่ชัดเจนนั้น ทางเลือกในการดำเนินกิจกรรมโดยไม่ได้เกิด

ผลกระทบต่อธุรกิจหรือองค์กร ควรนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์และต่อยอดไปถึงสถานการณ์นี้จบลง โดยถึงแม้ในอนาคต อาจมีการผ่อนปรนให้จัดกิจกรรมได้ แต่การเลือกพัฒนารูปแบบการจัดการงานแบบออนไลน์คู่ขนานไปกับการจัดงานแบบเดิม ก็เป็นทางออกหนึ่งสำหรับการรักษาธุรกิจให้ยั่งยืนในทุกสถานการณ์

ในส่วนของบริษัทผู้จัดการและดำเนินการหรือผู้จัดงานดูแลงาน การติดต่อประสานงาน การประชาสัมพันธ์ และการบริหารงาน เป็นส่วนที่ทราบดีให้กับบริษัท ซึ่งการปรับตัวก็ยังคงใช้จุดแข็งเรื่องการบริหารมาประยุกต์ใช้ได้ต่อไปแต่ต้องทำในลักษณะออนไลน์มากขึ้น กล่าวคือต้องมีความพร้อมด้านบุคลากร ความรู้ด้านเทคโนโลยี หรืออาจจะต้องมีความพร้อมด้านอุปกรณ์เทคโนโลยีสำหรับการถ่ายทอดสดผ่านออนไลน์มากขึ้น และต้องคำนึงถึงความสะดวก การตรวจสอบ และการคัดกรองของผู้เข้าร่วมงาน

อย่างไรก็ตามพื้นฐานของการจัดประชุมและการจัดงานแสดงสินค้ายังคงเป็นไปในลักษณะของกายภาพ ประกอบกับการพูดคุยแบบต่อหน้าหรือ Face to Face สามารถสังเกตเห็นน้ำเสียง ท่าทาง อารมณ์ต่างๆ จากฝั่งตรงข้าม ได้ดีกว่าซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเจรจาต่อรอง รวมไปถึงโดยพื้นฐานของมนุษย์ต้องการได้รับการบริการ การได้รับประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ซึ่งช่องทางออนไลน์ยังไม่สามารถตอบสนองได้ทั้งหมด ฉะนั้นการปรับตัวแบบออฟไลน์จึงมีความสำคัญเช่นกัน โดยต้องใช้หลักการของการเว้นระยะห่างทางสังคม มาประยุกต์ใช้เพื่อให้การบริหารการใช้พื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดห้องประชุมย่อยแยกกัน การพักระหว่างการประชุมเพื่อทำความสะดวก การจำกัดจำนวนคนเข้าร่วมประชุมและใช้เทคโนโลยีการถ่ายทอดสดเพื่อรองรับกับคนหมู่มาก นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีการระบุตัวตนของผู้เข้าร่วมประชุมที่มีจำนวนมากโดยผ่านการสแกน QR code เพื่อเพิ่มความสะดวกในการติดตามและตรวจสอบข้อมูลของผู้เข้าร่วมประชุม

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าการหาหนทางเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดต่างก็ต้องการปรับตัว ปรับรูปแบบธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ Yaowaratli, Freestud, and Chanruang (2017) เรื่อง ปัจจัยสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อการพัฒนาเพื่อความอยู่รอดขององค์การธุรกิจในประเทศไทย ได้กล่าวถึงองค์ประกอบความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ คือประสิทธิภาพขององค์การ ความได้เปรียบการแข่งขัน และการปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดจากองค์ประกอบต่าง ๆ ขององค์กร อาทิเช่น ภาวะผู้นำของหัวหน้าหน่วยงาน ที่กล้าคิดกล้าทำ กล้าปรับเปลี่ยนองค์กรในภาวะวิกฤติ การจัดการความรู้ให้กับคนและองค์กร เพื่อพัฒนาไปสู่การใช้เทคโนโลยีในการรองรับการประชุมรูปแบบใหม่ การบริหารจัดการ การวางแผน การสั่งการ การควบคุมการดำเนินงานต่างๆ ภายใต้วิกฤติ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาร่วมกับการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรม MICE ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักคืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพักผ่อน การใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เช่น ร้านอาหาร การคมนาคม การจัดแสดง และวัตถุประสงค์ทางอ้อมคือการก่อให้เกิดการพบปะ พูดคุย หรือ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนสินค้า เพื่อต่อยอดการลงทุนไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ต่อไป ฉะนั้นการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ต้องตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และผลประโยชน์ของอุตสาหกรรมตนเองและธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้วย โดยการปรับตัวในด้านก่อให้เกิดการพบปะ พูดคุย หรือ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนสินค้า ด้วยเทคโนโลยีในยุคสมัยปัจจุบันสามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ได้ ทั้ง Video Conference (การประชุมแบบเสมือนจริงผ่านออนไลน์) ดังที่มีตัวอย่างการใช้งานที่กล่าวไปในข้างต้นแล้ว ซึ่งสามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสินค้า แต่สำหรับอีกวัตถุประสงค์หนึ่งในด้านของการท่องเที่ยว เทคโนโลยีด้านการสื่อสารหรือการสร้างภาพเสมือนไม่อาจทำให้เกิดการท่องเที่ยวและสร้างรายได้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์หลักของอุตสาหกรรม MICE

ได้อย่างครบถ้วน ฉะนั้นแล้วการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางจากภาครัฐจึงเป็นทางออกของคำตอบส่วนหนึ่งที่จะทำให้อุตสาหกรรม MICE สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปและอยู่รอดได้

แต่ทว่าด้วยสถานการณ์ที่ยังต้องมีการควบคุมโรคระบาด ฉะนั้นการเดินทางจึงยังมีข้อจำกัดอยู่มากพอสมควร การจัดการให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมระหว่าง การควบคุมการแพร่ระบาดและการทำให้อุตสาหกรรม MICE อยู่รอดจึงเป็นโจทย์ใหญ่ของภาครัฐ ที่จะต้องมีมาตรการ นโยบายและมาตรการส่งเสริม เช่น การส่งเสริมให้เดินทางภายในประเทศ กระตุ้นจากการบริโภคภายในประเทศ หรือการปรับระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อกำหนดให้ทุกฝ่ายดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันและเป็นการกระตุ้นอุตสาหกรรมทั้งวงจรให้อยู่รอดไปด้วยกัน รวมถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการเองด้วยที่จะต้องสร้างสมรรถนะขององค์กรให้สูง ทั้งในด้านของภาวะผู้นำ การบริหารจัดการ การจัดการความรู้ รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ จึงจะส่งผลให้องค์กรธุรกิจอยู่รอด

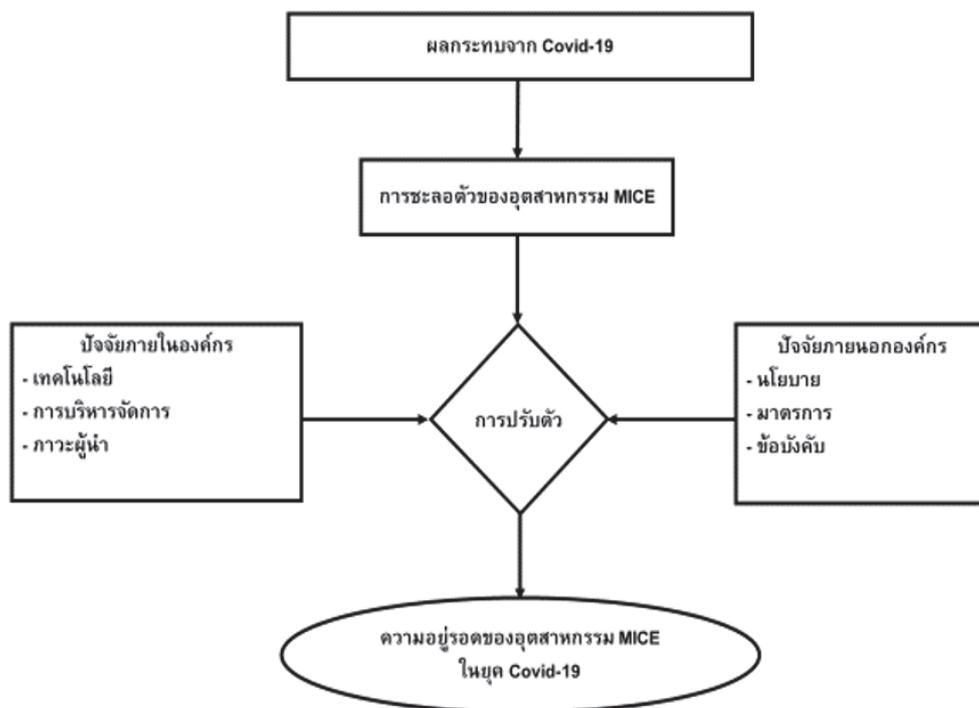
อาจกล่าวได้ว่าองค์กรที่มีสมรรถนะสูงและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน มีประสิทธิผล และสามารถปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งหมดนี้จะนำไปให้องค์กรอยู่รอดได้ หากนำมาประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์ การอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ในช่วงโควิด-19 ผู้ประกอบการต้องทำให้ธุรกิจสามารถจัดการตัวเองภายใต้การเปลี่ยนแปลงนี้ได้ ก็จะสามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดและก้าวหน้าได้เช่นกัน (Villiam Bridge, 2010 อ้างถึงใน รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์, 2559) รวมถึงการสร้างความสามารถในการแข่งขัน จะทำให้สร้างความสามารถที่สูงกว่าคู่แข่งได้ โดยต้องสร้างความแตกต่าง 3 ด้าน คือ ด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Michael Porter, 1990 อ้างถึงใน เพ็ญสุข เกตุมณี, 2561) และสุดท้ายการสร้างประสิทธิผลของธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ จะทำให้อุตสาหกรรม MICE อยู่รอดได้ต่อไป แต่การจะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดต่อไปได้ในระยะสั้นและระยะยาวและสร้างความยั่งยืนได้นั้น ผู้ประกอบการต้องทำให้ตนเองมีสมรรถนะสูงด้วย ซึ่งการทำให้ธุรกิจมีสมรรถนะที่สูงได้ผู้นำองค์กรต้องมีภาวะผู้นำ สามารถสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ และบริหารจัดการองค์การให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับที่ Phakavipas and Banchaphatanasakda (2017) เรื่อง อิทธิพลปัจจัยด้านความรู้ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางภาคเหนือของประเทศไทย สรุปไว้ว่า อิทธิพลด้านความรู้ของผู้ประกอบการมีผลต่อการดำเนินการขององค์กร อันประกอบด้วย องค์การแห่งการเรียนรู้ บรรยากาศแห่งการเรียนรู้ และการจัดการความรู้ ต่างส่งผลที่ดีต่อผลการดำเนินงาน สามารถสร้างความยั่งยืนของความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้ ฉะนั้นการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรสนใจการเรียนรู้จึงส่งผลดีต่อธุรกิจ

สรุปคือ การปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ในไทย สามารถดำเนินการได้ด้วยการปรับปรุงภายในและภายนอกองค์กร คือ (1) การปรับปรุงภายในองค์กร อันได้แก่ ด้านเทคโนโลยี เช่น การจัดประชุมออนไลน์ผ่านการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง Virtual Reality (VR) หรือ ไลฟ์สด Live Streaming ด้านการบริหารจัดการ เช่น ด้านการวางแผน การจัดการองค์การ ทั้งบุคลากรและการจัดสรรทรัพยากรในองค์กร ด้านภาวะผู้นำ เช่น การกล้าคิดกล้าทำ กล้าตัดสินใจ รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจและกำลังใจให้กับเพื่อนร่วมงานให้ผ่านพ้นภาวะวิกฤติไปได้ และสามารถสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ และบริหารจัดการองค์การให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น และ (2) การปรับปรุงภายนอกองค์กร ในส่วนนี้อาจดำเนินการได้ยากกว่าการปรับปรุงภายในองค์กรด้วยเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ด้วยตัวเอง แต่องค์กร จำเป็นจะต้องเรียนรู้ปัจจัยภายนอกที่เข้ามามีบทบาทหรือผลกระทบต่อการทำงานและการปรับตัว อันได้แก่ ด้านนโยบาย เช่น นโยบายการผ่อนปรนกิจการหรือกิจกรรม นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านมาตรการ เช่น มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดในการให้บริการพื้นที่

สาธารณะ หรือสถานบริการ มาตรการสาธารณสุข มาตรการภาคการขนส่งสาธารณะ ด้านข้อบังคับ เช่น ข้อบังคับด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ข้อบังคับว่าด้วยการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค เป็นต้น โดยหากภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมให้เกิดการเดินทาง การท่องเที่ยวและการจัดประชุมสัมมนา ภายในประเทศ (ในช่วงที่ยังปิดประเทศ) ก็จะช่วยให้เกิดทางรอดสำหรับอุตสาหกรรม MICE ในอนาคตได้ ซึ่งปัจจัยภายนอกเหล่านี้ จะช่วยทำให้การปรับตัวขององค์กร สามารถวางแผนและดำเนินการปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล นำมาซึ่งความอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ในยุคโควิด-19 ได้อย่างดีเยี่ยม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ที่สำคัญคือ ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ผู้คิดค้นทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT คือ การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรคการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กร ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้ง ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

จากกรอบแนวคิดอธิบายถึงผลกระทบของ โควิด-19 ทำให้เกิดการชะลอตัวของอุตสาหกรรม MICE นอกจากนี้ผลกระทบข้างต้นซึ่งเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในองค์กรเช่น ในด้านเทคโนโลยีที่ใช้ การบริหารจัดการภายในองค์กรและผู้นำองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น นโยบายขององค์กร มาตรการต่างๆ และข้อบังคับขององค์กร ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ต้องมีการปรับตัวใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันเข้ามาใช้เพื่อให้เกิดความอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ในวิกฤตของโควิด-19 ดังภาพที่ 10



ภาพที่ 10 กรอบแนวความคิดความอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ในยุคโควิด-19

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในระดับอุตสาหกรรม การทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรม MICE ให้อยู่รอดและมีการเติบโตอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงการดำเนินงานในระยะสั้นเป็นเบื้องต้นก่อน โดยจะต้องการปรับตัวให้เข้าสถานการณ์ เช่น หาช่องทางการดำเนินงานธุรกิจแบบใหม่

2. ข้อเสนอแนะในระดับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการเองที่ต้องปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตัวเอง หาความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น ใช้เทคโนโลยีประยุกต์ใช้กับธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดประสิทธิผลที่ดีกับองค์กร และการดำเนินงานในระยะยาวที่ต้องคำนึงถึงบุคลากร การส่งเสริมเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ การจัดการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และต้องอาศัยภาวะผู้นำของผู้นำของผู้นำองค์กร เพื่อทำให้ธุรกิจเกิดสมรรถนะที่สูงส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งไม่เพียงแต่ต้องรองรับให้เข้ากับสถานการณ์โควิด-19 เท่านั้น แต่ต้องปรับตัวให้พร้อมรองรับกับสถานการณ์ใหม่ที่อาจจะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตต่อไปด้วย

3. ข้อเสนอแนะในระดับนโยบายของประเทศ การอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ในอนาคตไม่เพียงแต่จากตัวผู้ประกอบการเองที่ต้องปรับตัว แต่ต้องได้รับการช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือเพื่อให้อุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทยกลับมาดำเนินงานได้ตามปกติอีกครั้งอย่างรวดเร็ว เพื่อให้อุตสาหกรรม MICE ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางของผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลกและสร้างรายได้ให้กับประเทศต่อไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- BBC Thai. (2020) *Coronavirus: COVID-19 spreads from Italy to three other countries, Europe and Brazil*. [Online]. Retrieved May 20, 2020 from: <https://www.bbc.com/thai/international>. (in Thai)
- Bright Today. (2020). *Timeline of coronavirus summary*. [Online]. Retrieved May 20, 2020 from: <https://www.brighttv.co.th/news/global/wuhan-virus-corona>. (in Thai)
- Carlton, B. (2020). *HTC Announces First-Ever Virtual Industry Conference In Response To Coronavirus*. [Online]. Retrieved May 22, 2020 from: <https://vrscout.com/news/htc-first-ever-virtual-industry-conference>
- International Congress and Convention Association. (2019). *ICCA Statistics Report Country and City Rankings 2018*. [Online]. Retrieved May 22, 2020 from www.iccaworld.org
- MARKETINGOPPS!. (2020). *Trace the timeline of how the COVID-19 outbreak really happened*. [Online]. Retrieved June 2, 2020 from: <https://www.marketingoops.com/data/timeline-coronavirus-spreading-from-china-to-the-global/>
- MICE Intelligence Team. (2020). *Recommendations from the International Conventions Association (ICCA) on the COVID-19 situation*. [Online]. Retrieved June 2, 2020 from: <https://intelligence.businesseventsthailand.com/en/blog/icca>. (in Thai)
- MICE Intelligence Team. (2020). *Insight into how to host MICE events online During the COVID-19 Outbreak*. [Online]. Retrieved May 20, 2020 from: <https://intelligence.businesseventsthailand.com/en/blog/exclusive-online>. (in Thai)

- Ministry of Tourism and Sports of Thailand. (2020). *Tourist statistics*. [Online]. Retrieved May 20, 2020 from: https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- Puttanont, W. (2020). *Two ways, organize 'event', break through the market, aim for 'online new business*. [Online]. Retrieved May 22, 2020 from: <https://www.thebangkokinsight.com> (in Thai)
- Phakavipas, P. and Banchaphatanasakda, C. (2017). Influence of Entrepreneurial Knowledge Factors on Operation of Small and Medium Enterprises in Northern Thailand. *FEU Academic Review*, 11(4), 63-80.
- QODE Brisbane. (2020). *QODE Brisbane*. [Online]. Retrieved May 22, 2020 from: <https://www.facebook.com/qodebrisbane/>. (in Thai)
- Siamrath Online. (2020). "IMPACT" Adjusted work plans for the New Normal for the Convention Center. [Online]. Retrieved May 22, 2020 from: <https://siamrath.co.th/n/152053?fbclid=IwAR2Pwj-AE8m-lKw49diXMIOxtiMAQqlmTTIpbVZmNnk7MSaA5YGcdGuEcFM>. (in Thai)
- SME ONE. (2020). *Seminar SEC Fintech Virtual Seminar 2020*. [Online]. Retrieved May 22, 2020 from: <https://www.smeone.info/event-detail/9423>. (in Thai)
- Thansettakij. (2020). The Governor ordered to close half the country hotel. The employee was delighted to be guaranteed a social compensation. [Online]. Retrieved May 20, 2020 from: <https://www.thansettakij.com/content/business/428238>. (in Thai)
- Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2020). *MICE Statistics*. [Online]. Retrieved May 20, 2020 from: <https://intelligence.businesseventsthailand.com/en/page/mice-statistics>. (in Thai)
- The Standard. (2020). *Dusit Thani Announces Temporary Suspension of 7 Hotel Services in Thailand Reduce employee salaries*. [Online]. Retrieved May 20, 2020 from: <https://thestandard.co/dusit-thani-close-7-hotels-due-to-covid-19/>. (in Thai)
- UFI The Global Association of the Exhibition Industry. (2017). *World Map of Exhibition Venues*. [Online]. Retrieved May 22, 2020 from: <https://www.ufi.org>. (in Thai)
- Worldometers. (2020). *Covid-19 Coronavirus Pandemic*. [Online]. Retrieved May 22, 2020 from: <https://www.worldometers.info/coronavirus/> (in Thai)
- Yaowaratli, W., Freestud, P., and Chanruang, S. (2017). Causal Factors Influencing Development of Organizational Survival for Companies Listed in Thailand. *Journal of Social Science Graduate School of Commerce Burapha University*, 11(1), 109-129. (in Thai)