



ณ Miami Beach Convention Center

เมืองไมอามี มลรัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา

ระหว่างวันที่ ๘-๑๑ เมษายน ๒๕๖๒

ชื่องาน: Seatrade Cruise Global 2019

สถานที่: Miami Beach Convention Center เมืองไมอามี มลรัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา

ผู้จัดงาน: Informa ด้วยการสนับสนุนจาก Cruise Lines International Association (CLIA) ซึ่งเป็นสมาคมการค้าของเรือสำราญที่ใหญ่ที่สุดในโลก, Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA) ซึ่งมีสมาชิกเรือสำราญและผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจนี้ครอบคลุมถึงร้อยละ ๙๕ ของธุรกิจเรือสำราญจากทั่วโลก

ค่าเข้าชมงาน: ราคาล่วงหน้า ๑๑๕ ดอลลาร์สหรัฐต่อคน (สามารถเข้าได้เฉพาะพื้นที่แสดงสินค้า)

ค่าร่วมสัมมนา: ราคาล่วงหน้าเข้าสัมมนาราคา ๑,๒๙๙ ดอลลาร์สหรัฐ และราคา ๑,๗๙๙ ดอลลาร์สหรัฐสำหรับ VIP All Access (เข้าได้ทั้งงานแสดงและสัมมนา happy Hours และ Reception ตลอดรายการ)

จำนวนผู้มา: ๗๕๓ คน จาก ๑๔๐ ประเทศ

ผู้เข้าร่วมงาน: ๘๐ สายเดินเรือสำราญ รวมถึงสายเดินเรือ ประเทศและเมืองท่องเที่ยว ท่าเรือแทบทุกหัวเมืองจากทั่วโลก โรงแรม ที่พัก สินค้าและบริการสำหรับเรือสำราญและผู้ร่วมแสดงสินค้าและบริการ

ผู้เข้าชมงาน: ๑๓,๐๐๐ คน ซึ่งเป็นผู้บริหารสายการเดินเรือ ผู้ซื้อ และผู้มีอำนาจตัดสินใจจากสายเดินเรือจากทั่วโลก เช่น Carnival, Disney Cruise Line, Princess Cruise, Royal Caribbean, Oceania Cruise, MSC ฯลฯ

ข้อมูลงาน งาน Seatrade Cruise Global จัดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๘ ซึ่งงานในปีนี้เป็นปีที่ ๓๕ แล้ว งานนี้ นับว่าเป็นงานที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในวงการเรือสำราญโลก มีท่าเรือมากมายประมาณ ๑๕๐ ท่าเรือจากทั่วโลกมาใช้พื้นที่บูทเพื่อประชาสัมพันธ์ในงาน สินค้าและบริการที่มานำเสนอในงานมีมากมายหลากหลายรูปแบบ ทั้งเฟอร์นิเจอร์ เครื่องจักร อุปกรณ์ บริการต่อเรือสำราญ บริการตกแต่งภายใน บริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวและองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวจากแทบจะทั่วโลกมานำเสนอจุดขายของตนในงานนี้มากมาย

การแบ่งส่วนการจัดแสดง แบ่งเป็น ๑๒ ส่วน ดังนี้

๑. สมาคมในอุตสาหกรรมเรือสำราญ (Cruise Industry Association)
๒. สายเดินเรือสำราญ (Cruise Line)
๓. ส่วนแสดงบริการออกแบบตกแต่งภายใน (Design & Ship Interiors)
๔. ส่วนแสดงสินค้าเทคโนโลยีบันเทิง (Entertainment)
๕. ส่วนแสดงสินค้าและบริการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ (Environment & Health)
๖. ส่วนแสดงสินค้าและบริการด้านการโรงแรมและอาหาร (Hotel Operation & Concessions)
๗. ส่วนแสดงสินค้าและบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)
๘. ส่วนบูทประชาสัมพันธ์ท่าเรือและแหล่งท่องเที่ยว (Ports & Destinations)

- ๙. ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ (Publication)
- ๑๐. ส่วนแสดงสินค้าด้านความปลอดภัย (Safety & Security)
- ๑๑. ส่วนแสดงอุปกรณ์และเทคโนโลยีการต่อเรือสำราญ (Ship Equipment & Shipbuilding)
- ๑๒. ส่วนการบริการในเรือ (Ship Services)

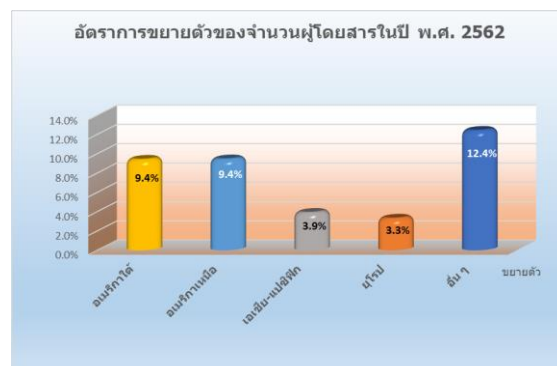
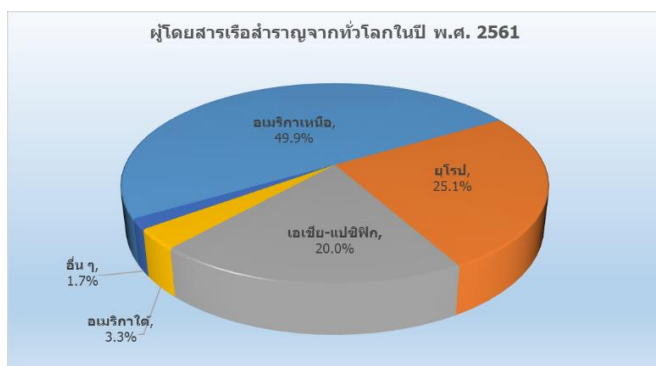
ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเรือสำราญของโลก

ในปัจจุบันนี้มีสายเดินเรือสำราญมี ๒ ประเภทคือ

๑. สายเดินเรือที่ท่องเที่ยวมี ๒๙ สายเดินเรือ โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ในสหรัฐฯ ๙ สาย เยอรมัน ๗ สาย สหราชอาณาจักร ๓ สาย รัสเซียและออสเตรเลียประเทศละ ๒ สาย และออสเตรเลีย ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เปอร์โตริโกและสวิตเซอร์แลนด์อีกประเทศละ ๑ สายเดินเรือ

๒. สายเดินเรือสำราญท่องเที่ยวที่ให้บริการอยู่ทั่วโลกถึง ๖๕ สายเดินเรือ โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ในสหรัฐฯ ๒๒ สาย สหราชอาณาจักร ๑๐ สาย เยอรมัน ๙ สาย สวิตเซอร์แลนด์ จีน ฮองกง นอร์เวย์ ฟินแลนด์ กรีซและออสเตรเลียประเทศละ ๒ สาย และมี อาร์เจนตินา แคนาดา ไชปรัส ฝรั่งเศส อินเดีย อิสราเอล อิตาลี โมนาโก โปรตุเกสและสเปนอีกประเทศละ ๑ สายเดินเรือ ในขณะนี้เรือสำราญท่องเที่ยวให้บริการอยู่ทั้งสิ้น ๒๐๗ ลำ มีจำนวนผู้โดยสารทั้งสิ้น ๒๘.๕ ล้านคน คาดว่าในปี พ.ศ. ๒๕๗๐ จะมีเรือสำราญท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกเป็น ๒๕๖ ลำและมีผู้โดยสารใช้บริการทั้งสิ้น ๓๒.๘ ล้านคน ผู้โดยสารเรือสำราญท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ ๔๗ ปี และโดยเฉลี่ยจะเที่ยวครั้งละ ๗ วันในแต่ละเที่ยวการเดินทาง

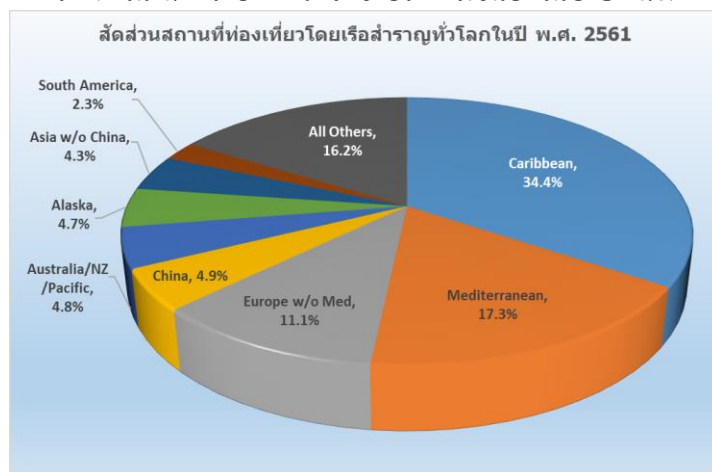
หากจำแนกตามภูมิภาคผู้โดยสารจากทวีปอเมริกาเหนือมีจำนวนสูงที่สุด ๑๔.๒๔ ล้านคน ยุโรป ๗.๑๗ ล้านคน เอเชีย-แปซิฟิก ๕.๗๐๑ ล้านคน อเมริกาใต้ ๙.๓ แสนคน และจากภูมิภาคอื่น ๆ อีก ๔.๗๖ แสนคน โดยในภูมิภาคอเมริกาเหนือและใต้มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ ๙.๔ และเป็นที่น่าจับตามองว่ามีภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากยุโรปและเอเชีย-แปซิฟิกที่มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ ๑๒.๔



จากรายงานของ Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ มีนักท่องเที่ยวใช้บริการเรือสำราญทั่วโลก ๒๘.๒ ล้านคน (ขยายตัวจากร้อยละ ๕.๖ จากปีที่ผ่านมา) มีผู้โดยสารจองเกินจำนวนที่มีให้บริการตลอด เห็นได้ชัดว่ามีความต้องการใช้บริการเรือสำราญขยายตัวขึ้นจนปริมาณเรือขยายตัวตามไม่ทัน การท่องเที่ยวด้วยเรือสำราญกลายเป็นการพักผ่อนกระแสหลักและพัฒนาต่อยอดด้วยการเน้นสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยมีการนำเอานวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงใหม่ ๆ มาให้บริการบนเรือ ซึ่งสามารถดึงดูดผู้โดยสารทั้งเก่าและผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเรือสำราญมาก่อนเพิ่มมากขึ้น

สถานที่ท่องเที่ยวในแถบทะเลแคริบเบียนยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด โดยครองส่วนแบ่งตลาดถึงกว่าหนึ่งในสาม หรือร้อยละ ๓๔.๔ อีกทั้งรายได้ต่อหัวยังสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับผลดีจากสถานะเศรษฐกิจของสหรัฐฯที่ปรับตัวดีขึ้น และในปี ๒๕๖๒ จำนวนผู้โดยสารทั่วโลกก็ยังทะลุเป้าที่เคยตั้งเอาไว้

ที่เพียง ๒๗.๒ ล้านคน และคาดว่าในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ จะมีผู้โดยสารล่องเรือสำราญทั่วโลกถึง ๓๐ ล้านคน บริษัทท่องเที่ยวที่รับรองโดย CLIA ถึง ๘ ใน ๑๐ รายคาดว่าจะขายได้เพิ่มขึ้นอีกในปี ๒๐๑๙



ในปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ธุรกิจเรือสำราญสร้างมูลค่ารวมทางเศรษฐกิจถึง ๑.๓๔ แสนล้านเหรียญสหรัฐ มีการจ้างงาน ๑.๑๑ ล้านตำแหน่งที่จ่ายค่าจ้างรวมมูลค่าถึง ๔๕.๖ พันล้านเหรียญสหรัฐ เป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในแง่อัตราการจองตัว มีการใช้บริการเกินกว่าร้อยละ ๑๐๐ มาอย่างต่อเนื่อง

เรือสำราญในปัจจุบันมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ล้ำสมัยมากมาย มีทั้งเครื่องจำลองการเดินเรือ หอ-คาร์ท รถไฟเหาะตีลังกา สปา หุ่นยนต์บริการเครื่องดื่ม อาหารที่ปรุงโดยเชฟชื่อดัง ห้องพักที่เป็นห้องสวีททั้งหมด และและบริการที่คัดสรรมาให้เหมาะกับทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาทั้งครอบครัวจากหลาย ๆ รุ่นสามารถพักและท่องเที่ยวพร้อมกันได้ ไปจนถึงนักเดินทางเดี่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก บริการและความบันเทิงที่เหมาะสมกับคนทุกรุ่นได้ในเรือสำราญแต่ละลำในแต่ละเที่ยวได้อย่างครบครัน

จากรายงานของทั้งกลุ่ม CLIA และ FCCA ต่างก็สรุปออกมาเผยแพร่ในงานตรงกันว่า แนวโน้มของการท่องเที่ยวกับเรือสำราญ สำหรับในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ พอสรุปได้ดังนี้

๑. การท่องเที่ยวเรือสำราญแบบที่สามารถแชร์บน Instagram ได้ - การโพสต์ภาพและข้อความผ่าน Instagram เป็นแรงกระตุ้นให้ผู้คนออกไปท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งในแต่ละวันจะมีผู้ที่โพสต์ใน Instagram โดยเฉลี่ยจะการแท็กข้อความว่า #travel อยู่ถึง ๓๕๑ ล้านครั้ง

๒. พื้นฟูสุขภาพ - ผู้คนมีความเครียดจากการงานมากขึ้น จึงอยากปลีกเวลามาฟื้นฟูสุขภาพกายใจ สายเดินเรือจึงมีบริการกิจกรรมฟื้นฟูสุขภาพครบวงจรให้บริการบนเรือมากขึ้น อาทิ สปาแนวฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่พักผ่อนออกซิเจน รายการอาหารเพื่อสุขภาพและนวัตกรรมการดูแลสุขภาพใหม่ ๆ บนเรือ

๓. ประสบการณ์แห่งความสำเร็จ - การท่องเที่ยวแบบเก็บเกี่ยวประสบการณ์มีพัฒนาการไปไกลกว่าเดิมเพราะนักท่องเที่ยวมองหาการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์เป็นขึ้นเป็นอันมากกว่าเพียงการชมทิวทัศน์เท่านั้น การหาประสบการณ์ชีวิตที่เริ่มเน้นวัตถุประสงค์ชัดเจนขึ้น และสายเดินเรือสำราญต่างก็ตอบสนองความต้องการนี้ด้วยกิจกรรมตั้งแต่การพาไปพิชิตเส้นทางสู่ Machu Picchu ไปจนถึงการจัดอบรมวิธีปรุงอาหารโดยเชฟระดับ Cordon Bleu

๔. สมาร์ทเทคโนโลยี - สายเดินเรือต่าง ๆ นำเอาเทคโนโลยีที่สวมใส่ตามร่างกายได้มาใช้กันทั่วไป เพื่อให้การท่องเที่ยวสำหรับแต่ละคนเป็นไปตามความต้องการส่วนบุคคลได้ดียิ่งขึ้น มีทั้งที่เป็น พวงกุญแจ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ฯลฯ

๕. การท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึก - สายเดินเรือให้บริการแบบมีจิตสำนึกที่ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม ด้วยการดำเนินงานร่วมกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่ออนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อจำกัดร่องรอยความเสียหายต่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อันเป็นผลจากการท่องเที่ยวทั้งไว้เบื้องหลังให้น้อยที่สุด

๖. การเข้าถึงแหล่งที่ไม่มีใครเข้าถึงได้ - ผู้โดยสารเรือสำราญอยากมีโอกาสเข้าไปสัมผัสบรรยากาศในสถานที่ซึ่งไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไปเข้าชมได้ ซึ่งในปัจจุบันมีเพียงผู้โดยสารเรือสำราญเท่านั้นที่มีสิทธิเข้าไปถึงได้ อาทิ หมู่เกาะกาลาปากอส และทวีปแอนตาร์กติกา

๗. Gen Z ท่องสมุทร - ในอีก ๒ ปีข้างหน้า คนรุ่นใหม่ (เกิดช่วงปี พ.ศ. ๒๕๓๘ - ๒๕๕๘) จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ออกมาท่องเที่ยวเรือสำราญมากที่สุดล้าหน้ากลุ่ม Gen Y หรือ Millennials ซึ่งกลุ่ม Gen Z นี้จะชอบทำกิจกรรมจริง ๆ จัง ๆ มากกว่าการเดินชมสิ่งของ และมีแรงบันดาลใจให้ท่องเที่ยวมากกว่า โดยจะเน้นไปท่องเที่ยวหลากหลายจุดหมายและประสบการณ์แปลก ๆ ใหม่ ๆ อาทิ เทศกาลดนตรีกลางทะเล

๘. การผจญภัยนอกฤดูท่องเที่ยว - การท่องเที่ยวนอกฤดูเริ่มได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น มีทั้งนักท่องเที่ยวเรือสำราญที่จะหนีอากาศหนาวมาเที่ยวเขตร้อน หรือมองหาการพักผ่อนในพื้นที่ซึ่งมีอากาศเย็นสบายตามสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ ๆ สายเดินเรือหลายรายมีการนำเสนอประสบการณ์แบบครั้งเดียวในชีวิตในช่วงเดือนที่อากาศถึงจุดเยือกแข็งมากมายหลายรายการ อาทิ การชมแสงเหนือ เยือนถิ่นอาศัยของเพนกวินและการท่องเที่ยวตลาดคริสต์มาสในยุโรป

๙. นักท่องเที่ยวที่ติดงาน - นักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวไปด้วยทำงานไปด้วยมีมากขึ้น จึงต้องมีบริการ WiFi ใต้ทำงาน หรือร้านกาแฟที่ทำงานไปด้วยได้

๑๐. ล่องเรือแบบเน้นนักท่องเที่ยวสตรี - มีนักท่องเที่ยวสตรีเพิ่มมากขึ้น บริษัททัวร์หลายแห่งจึงคิดรายการท่องเที่ยวแบบสตรีเป็นศูนย์กลางตามความสนใจและให้โอกาสเชื่อมโยงกันระหว่างนักท่องเที่ยวสตรีด้วยกันเองมากขึ้น รวมถึงมีการแวะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการส่งเสริมสิทธิสตรี

๑๑. นักท่องเที่ยวแบบคนเดียว - สถิติจากคำที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลบน Google ด้วยคำว่า “solo travel” และ “traveling alone” มีมากขึ้น ซึ่งถึงความสนใจในการท่องเที่ยวแบบเดินทางคนเดียวมากขึ้น การท่องเที่ยวกับเรือสำราญนั้นไม่จำเป็นต้องค้นคว้าหาข้อมูลมากมายก่อนการเดินทางเช่นการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ แม้จะเป็นปลายทางที่คนทั่วไปเข้าไม่ถึง ยังเปิดโอกาสให้เชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ ตั้งกลุ่มกับเพื่อนใหม่ ๆ ในขณะที่หาประสบการณ์แบบครั้งเดียวในชีวิตไปพร้อม ๆ กันด้วยได้

ผลการดำเนินงาน

ในปีนีเนื่องจากผู้จัดย้ายสถานที่จัดงานจาก Fort Lauderdale Convention Center มายัง Miami Beach Convention Center ซึ่งมีพื้นที่จัดแสดงงานกว้างกว่า จึงทำให้สามารถจัดผังแสดงงานได้อยู่ในพื้นที่ Hall เดียวกัน สามารถแบ่งโซนได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ภายในงานมีคูหาของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ นครนิวยอร์กร่วมกับการทำเรือแห่งประเทศไทยมาจัดแสดงคูหาประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการสำหรับตลาดเรือสำราญในไทยและศักยภาพท่าเรือของไทยด้วย ซึ่งเป็นการเข้าร่วมงานอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ ๔ แล้ว โดยจัดแสดงอยู่ในโซนแหล่งท่องเที่ยว/ท่าเรือของกลุ่มประเทศอาเซียน แต่พบว่าผู้เดินชมงานค่อนข้างบางตา อาจเป็นเพราะส่วนใหญ่ผู้เข้าชมงานยังเข้าฟังการสัมมนาอยู่ ในส่วนของสินค้าและบริการสำหรับเรือสำราญพบว่า มีการจัดแสดงสินค้าอยู่ และเนื่องจากจะมีการแยกจัดงาน Cruise Ship Interior Expo และงาน Marine

Catering Expo ในระหว่างวันที่ ๑๘-๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๒ จึงทำให้บางบริษัทน่าจะไปเข้าร่วมงานดังกล่าว เนื่องจากตรงกลุ่มเป้าหมายว่า

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

๑. ตลาดเรือสำราญมีขนาดใหญ่และมีศักยภาพในการขยายตัวเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การสั่งซื้อสินค้าของสายเดินเรือแต่ละครั้งมักจะสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก จึงมีผู้ที่สนใจและต้องการเจาะตลาดเป็นจำนวนมากทำให้ระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง นอกจากนี้ สายการเดินเรือแต่ละรายยังมีนโยบายการสั่งซื้อสินค้าที่แตกต่างกันด้วย ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จในการเจาะตลาดอุตสาหกรรมเรือสำราญ คือ การเข้าถึงผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจ ดังนั้น หากโอกาสเข้าร่วมงานอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการที่มีอำนาจตัดสินใจและนำไปสู่การขายตลาดเรือสำราญได้ในอนาคต

๒. ตลาดเรือสำราญเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหม่สำหรับผู้ประกอบการไทย จึงยังไม่มีข้อมูลที่จะสามารถนำไปใช้เพื่ออ้างอิงสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามข้อกำหนดและมาตรฐานสินค้าที่จะนำไปใช้บนเรือสำราญ ซึ่งเป็นสภาวะแวดล้อมที่แตกต่างจากการใช้ตามบ้านเรือนหรือโรงแรมทั่วไปค่อนข้างจำกัด เช่น มีน้ำหนักมาก ขนาดสินค้าใหญ่เกินไป อีกทั้งยังไม่ได้ผ่านการทดสอบและรับรองคุณภาพความทนทานของสินค้าในสภาวะแวดล้อมที่มีความชื้นและความเค็มสูงในมหาสมุทร (marine grade) เช่น การทดสอบสารเคลือบซ้อนส้อมสเตนเลสไม่หลุดลอก การทดสอบความทนทานและการติดไฟของผ้าใบที่ใช้ห่อหุ้มเฟอร์นิเจอร์ภายนอกอาคาร (Outdoor Furniture) เป็นต้น โดยเฉพาะสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นจุดขายสำคัญของการผลิตสินค้าสำหรับเรือสำราญ เช่น กระดาษชำระที่สามารถย่อยสลายได้อย่างรวดเร็ว หรือสารเคมีทำความสะอาดที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เนื่องจากการปล่อยขยะลงทะเลจะทำให้เกิดภาวะโลกร้อนและสร้างมลภาวะให้แก่โลกซึ่งบรรดาเรือสำราญคำนึงถึงเป็นสิ่งแรก

ทั้งนี้สศต.ไมอามีจะเดินทางไปสำรวจงาน Cruise Ship Interior Expo และงาน Marine Catering Expo และจะนำเสนอผลการเยือนต่อไป

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี

๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๒

ภาพบรรยากาศภายในงานนิทรรศการสินค้าและบริการเรือสำราญ Seatrade Cruise Global ๒๐๑๙



ช่องทางเข้ามีชื่อท่าเรือทั่วโลกที่ให้บริการแก่เรือสำราญ



น.ส. นิธิมา ศิริโกคากิจ - ผอ. สดต.ไมอามี

ถ่ายภาพร่วมกันกับทีมงาน TAT และ PAT ที่มาออกบูธ



สินค้าธรรมดา ๆ แต่มีจุดเด่นเน้นให้เหมาะกับการใช้งานบนเรือสำราญ (หมอน รองเท้า จานชาม)



เครื่องมือ อุปกรณ์ทางวิศวกรรม และนวัตกรรมที่ออกแบบมาเพื่อใช้กับเรือสำราญโดยเฉพาะมากมาย

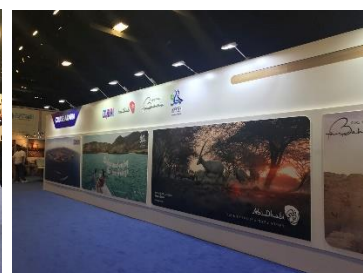
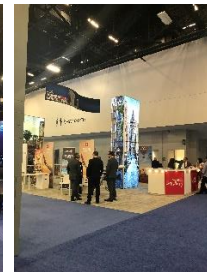


สิงคโปร์มาขายทั้งเฟอร์นิเจอร์และท่าเรือที่อ้างว่าเป็น No. ๑ Port of Call



บริษัทรับต่อเรือสำราญจากฟินแลนด์

เยอรมันเน้นขายของ ไม่เน้นท่องเที่ยว



แหล่งท่องเที่ยว ท่าเรือมาจกันจากทั่วทุกมุมโลกเพื่อประชาสัมพันธ์ดึงดูดเรือสำราญไปใช้บริการ