

ที่ กก ๕๒๐๑/๒๕๐๑



ภาค. 107
วันที่ 18 ส.ค. 68
เวลา 10-10

สคค.
ส่ง : กวค. ก2ก
วันที่ : ๕8248/68
18 ส.ค. 2568 เวลา 10.00 น.



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
๔ ถนนราชดำเนินนอก
กทม. ๑๐๑๐๐

ค

สิงหาคม ๒๕๖๘

เรื่อง การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ประจำปี
พ.ศ. ๒๕๖๙-๒๕๗๓ (๕ ปี)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. สำเนาหนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด จำนวน ๑ ชุด
ที่ นร ๐๕๐๕/ว(ล) ๑๖๔๔๗ ลงวันที่ ๓ กรกฎาคม ๒๕๖๘
๒. สำเนาหนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด จำนวน ๑ ชุด
ที่ นร ๐๕๐๕/๑๙๐๓๙ ลงวันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘
๓. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย จำนวน ๑ ชุด
๔. รายละเอียดข้อมูลที่หน่วยงานของรัฐต้องเสนอพร้อมกับ จำนวน ๑ ชุด
การขออนุมัติต่อคณะรัฐมนตรีตามมาตรา ๒๗

ด้วยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอเสนอเรื่อง
การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙-๒๕๗๓
(๕ ปี) โดยเรื่องนี้เข้าข่ายที่จะนำเสนอคณะรัฐมนตรีตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการเสนอเรื่อง
และการประชุมคณะรัฐมนตรี พ.ศ. ๒๕๔๘ มาตรา ๔ (๑๓)

ทั้งนี้ เรื่องดังกล่าวมีรายละเอียด ดังนี้

๑. เหตุผลความจำเป็นที่ต้องเสนอคณะรัฐมนตรี

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดย ททท. ขอเสนอเรื่อง การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงาน
เทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙-๒๕๗๓ (๕ ปี) วงเงิน ๕๐ ล้านบาท
หรือคิดเป็นประมาณ ๒,๐๐๐ ล้านบาท (สองพันล้านบาทถ้วน) มาเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณา
ให้ความเห็นชอบหลังจากการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland
ในประเทศไทย ตามมติคณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ และมติคณะรัฐมนตรี
ในการประชุมเมื่อวันที่ ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๘ ให้เร่งรัดดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องให้แล้วเสร็จโดยเร็ว
แล้วนำผลการศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ พร้อมทั้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายและข้อมูลต่าง ๆ
ที่เกี่ยวข้อง เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอีกครั้งต่อไป

๒. ความเร่งด่วนของเรื่อง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดย ททท. ขอเสนอเรื่องการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงาน
เทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙-๒๕๗๓ (๕ ปี) ของสำนักงาน
ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พบว่างานเทศกาลดังกล่าวมีศักยภาพสูงในการ
ยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมเทศกาลดนตรีระดับโลกงานเทศกาลนี้
/ไม่เพียง ...

ไม่เพียงแต่สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจที่มีนัยสำคัญ แต่ยังเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการยกระดับ Soft Power และภาพลักษณ์ประเทศไทยในเวทีโลก ดังนั้น จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนเพื่อนำไปสู่การลงนามสัญญา สนับสนุนการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย กับ Tomorrowland International (TLI) หรือบริษัท วี อาร์ วัน เวิลด์ (ไทยแลนด์) ซึ่งจะเป็นบริษัทที่ Tomorrowland International (TLI) ร่วมลงทุนกับบริษัทพันธมิตรในประเทศไทย ภายในเดือนสิงหาคม ๒๕๖๘ ประกอบกับต้องเตรียมความพร้อมในการจัดงานฯ ที่มีกระบวนการดำเนินงานหลายขั้นตอน โดยแต่ละขั้นตอนต้องใช้เวลา เช่น การจัดทำร่างข้อตกลงขั้นสุดท้าย (Definitive Agreement) ระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การประกาศการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย และการประกาศการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมงานอย่างเป็นทางการ การประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นทางการทั้งในและต่างประเทศ โดยใช้ช่องทางของ Tomorrowland International และ Tomorrowland Thailand ก่อนนำไปสู่การจัดงานที่จะเกิดขึ้นจริงในเดือนธันวาคม ๒๕๖๘

๓. สาระสำคัญและข้อเท็จจริง

๓.๑ เมื่อวันที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๘ Mr. Bruno Vanwelsenaers ประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร Tomorrowland International (TLI) ได้เข้าพบนายกรัฐมนตรี (นางสาวแพทองธาร ชินวัตร) ในการหารือแนวทางการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ และภาพลักษณ์ของประเทศไทย ทำให้คนทั่วโลกหันมาให้ความสนใจประเทศไทยและเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น และยังเป็นการสร้างโอกาสในการยกระดับศิลปินไทย ผลักดันอุตสาหกรรมดนตรี และสร้างมาตรฐานใหม่ ให้การจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยสู่การเป็น World Event Destination อย่างแท้จริง

๓.๒ เมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบตามที่นายกรัฐมนตรีเสนอว่า รัฐบาลมีนโยบายที่จะเร่งส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ได้ประกาศให้เป็นปี Amazing Thailand Grand Tourism & Sports Year 2025 เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกโดยใช้กลยุทธ์วัฒนธรรม ด้านดนตรีและศิลปะการแสดงผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ในระดับนานาชาติ งานเทศกาลดนตรี Tomorrowland เป็นเทศกาลดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์ (Electronic Dance Music : EDM) ที่ได้รับการยอมรับ ในระดับโลก ซึ่งจะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวจากนานาประเทศให้เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ได้มากขึ้น จึงได้มอบหมาย ดังนี้

๑) ให้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เร่งดำเนินการศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ในการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ให้แล้วเสร็จ โดยให้จัดทำรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ถูกต้องครบถ้วน โดยคำนึงถึงภาระค่าใช้จ่าย ประโยชน์ และความคุ้มค่า และการบรรลุตามวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ แล้วให้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปโดยเร็ว

๒) ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับ ททท. เป็นหน่วยงานหลักในการ บริหารจัดการและประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland (ตามผลการศึกษาในข้อ ๑) ให้บรรลุผลเป็นรูปธรรมต่อไป

๓.๓ เมื่อวันที่ ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๘ คณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบการเตรียมการจัดงาน เทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙-๒๕๗๓ และให้กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับ ททท. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องตามนโยบายมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ (เรื่อง การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland) ให้แล้วเสร็จโดยเร็ว แล้วให้นำผล การศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ พร้อมทั้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอีกครั้งหนึ่งต่อไป

๓.๔ ททท. ได้พิจารณาผลการศึกษาความเป็นไปได้การจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ตามมติคณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘ สรุปได้ดังนี้

เทศกาลดนตรี Tomorrowland นับเป็นหนึ่งในเทศกาลดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ที่ใหญ่ที่สุด และได้รับการยอมรับมากที่สุดในโลก โดยการจัดงานในประเทศไทยถือเป็นโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศ ในการยกระดับขีดความสามารถในการเป็นเจ้าภาพงานระดับนานาชาติ โดยนอกจากจะเป็นการดึงดูด อีเวนต์ขนาดใหญ่ที่สามารถสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจในระยะสั้นแล้ว ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาระบบ นิเวศของเทศกาลดนตรีระดับโลก (World-Class Festival Ecosystem) ที่เอื้อต่อการเติบโตของ อุตสาหกรรมดนตรีการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในระยะยาว การจัดงานดังกล่าวยังมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลภายใต้แนวคิด “Ignite Thailand” ซึ่งมุ่งยกระดับประเทศไทยให้ เป็นศูนย์กลางระดับภูมิภาคในมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวคุณภาพสูง รวมถึงเป็นเวทีส่งเสริม Soft Power ไทยผ่านดนตรี ศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี เชิงประสบการณ์อันจะนำไปสู่การเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในเวทีโลก

สถิติผู้เข้าร่วมงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland มีการเติบโตต่อเนื่องนับตั้งแต่ปีแรก ที่จัดขึ้นในปี ค.ศ. ๒๐๐๕ โดยในช่วงเริ่มต้นมีผู้เข้าร่วมเพียงประมาณ ๙,๐๐๐ คน อย่างไรก็ตาม เมื่อเทศกาลได้รับความนิยมในระดับโลก จำนวนผู้เข้าร่วมงานก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉลี่ยในแต่ละปี เทศกาลดนตรี Tomorrowland ที่จัดขึ้นในประเทศเบลเยียมสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานได้ประมาณ ๔๐๐,๐๐๐-๔๕๐,๐๐๐ คนต่อปี และสูงสุดถึง ๖๐๐,๐๐๐ คน ในปี ค.ศ. ๒๐๒๒-๒๐๒๓ ซึ่งเกิดจากการขยายงานเป็นสามสัปดาห์จากเดิมสองสัปดาห์เพื่อรองรับความต้องการของผู้ชม โดยมีผู้เข้าร่วมงาน มาจากกว่า ๒๐๐ ประเทศทั่วโลก สะท้อนถึงความเป็นเทศกาลดนตรีระดับนานาชาติอย่างแท้จริง ทั้งนี้ กลุ่มประเทศที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดในแต่ละปี ได้แก่ เบลเยียม (เจ้าภาพ) เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เยอรมนี สหรัฐอเมริกา บราซิล ออสเตรเลีย เม็กซิโก และสเปน ทั้งนี้ เทศกาลดนตรี Tomorrowland ยังมีชื่อเสียงในเรื่องการกระจายบัตรเข้าสู่แฟนเพลงจากทุกทวีป แม้แต่ประเทศที่ห่างไกล หรืออยู่ภายใต้ข้อจำกัดทางการเมืองก็ยังมีตัวแทนผู้ร่วมงาน โดยในปี ค.ศ. ๒๐๒๓ เทศกาลนี้สามารถสร้าง มูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเบลเยียมสูงถึง ๒๘๑ ล้านยูโร สร้างการจ้างงานโดยตรงกว่า ๑๕,๐๐๐ ตำแหน่ง และสร้างรายได้ภาษีให้กับรัฐบาลถึง ๗๕.๙ ล้านยูโร ส่งผลให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทาง การท่องเที่ยว การบริการและธุรกิจต่าง ๆ ในท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้ การออกแบบและการดำเนินงานของเทศกาล Tomorrowland ยังมีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยเฉพาะ การส่งเสริม เทคโนโลยีสีเขียว (Green Technology) การใช้ระบบดิจิทัลเพื่อความโปร่งใส และประสิทธิภาพ เช่น Blockchain, Data Analytics และ Digital Ticketing ตลอดจนแนวทางในการลด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทของประเทศไทย เพื่อสนับสนุน การขับเคลื่อนประเทศสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ฐานประสบการณ์ตามแนวทาง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

๓.๔.๑ ความพร้อมของสถานที่และโครงสร้างพื้นฐาน สถานที่ที่เหมาะสม และมีศักยภาพสำหรับการจัดงานเทศกาลดนตรีระดับโลก ในปี พ.ศ. ๒๕๖๙ ของประเทศไทย คือ พื้นที่ Wisdom Valley อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ครอบคลุมพื้นที่ จัดงานหลัก ๒๕๐-๓๕๐ ไร่ พื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวก ๑๐๐ ไร่ มีความพร้อมรองรับการจัดงานด้วย โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมที่ครบครัน การเชื่อมต่อสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา (๔๕ นาที) และ

สนามบินสุวรรณภูมิ (๙๐ นาที) โรงแรมและที่พักในเขตบางละมุงกว่า ๓,๕๐๐ แห่ง รวม ๖๖,๐๐๐ ห้อง และระบบสาธารณสุขที่เพียงพอ รวมถึงการเข้าถึงบริการสุขภาพจากโรงพยาบาลมาตรฐานสากลในรัศมี ๒๐-๓๕ นาที

๓.๔.๒ รูปแบบการจัดงานเทศกาลดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์ (EDM)

๑) แนวคิดหลักและวัตถุประสงค์ของการจัดงาน

ภายใต้แนวคิด "Uniting the World Through Music, Culture, and Sustainability" โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นหนึ่งในศูนย์กลางเทศกาลดนตรีระดับโลก ผ่านการบูรณาการมิติทางดนตรี วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะเป็นการต่อยอด Soft power ของประเทศไทยในเวทีโลก ประกอบด้วย

- การส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และภาพลักษณ์ประเทศไทย
- การบูรณาการวัฒนธรรมไทยในระดับสากล
- การเป็นต้นแบบเทศกาลที่คำนึงถึงความยั่งยืน
- การมีส่วนร่วมของชุมชนและความรับผิดชอบต่อสังคม

๒) โครงสร้างกิจกรรมหลักภายในงาน

ออกแบบให้มีกิจกรรมที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งมิติของดนตรี วัฒนธรรม และประสบการณ์ผู้ร่วมงาน โดยหนึ่งในองค์ประกอบหลักคือ Main Stage และเวทีรองในรูปแบบ Themed Stage ที่รองรับศิลปินระดับโลก พร้อมเทคโนโลยีแสง สี เสียงระดับนานาชาติ ซึ่งถือเป็นจุดขายสำคัญของเทศกาล Tomorrowland ในทุกประเทศที่จัดขึ้นด้วย Thai Culture Showcase ซึ่งจะจัดแสดงความเป็นไทยในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ การนวดไทย อาหารไทย หัตถกรรมพื้นถิ่น หรือศิลปะร่วมสมัย เพื่อใช้เป็นพื้นที่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย โดยมุ่งเน้นกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม อาทิ การจัดแสดงงานศิลปะ (Art Installation) การใช้เทคโนโลยี VR การจัดกิจกรรมสัปดาห์ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน การจัดพื้นที่ Food and Beverage Pavilion เพื่อเติมเต็มประสบการณ์ของผู้ร่วมงานจากนานาชาติให้ได้รับความบันเทิงและรสชาติทางวัฒนธรรมอย่างครบถ้วน

๓) การเตรียมความพร้อมด้านการประชาสัมพันธ์

เพื่อยกระดับการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland Thailand 2026 ให้มีมาตรฐานในระดับสากล โดยจะดำเนินการประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland Thailand 2026 ล่วงหน้า ในการจัดงาน Tomorrowland Belgium 2026 (กรกฎาคม ๒๕๖๙) รวมถึงการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยนำเสนอเนื้อหา Tomorrowland Thailand ควบคู่กับ Amazing Thailand เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในระดับนานาชาติ ในฐานะศูนย์กลางเทศกาลระดับโลก และส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติสู่ประเทศไทย

๔) แนวปฏิบัติที่ดีที่สุดจากการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland สามารถกำหนดแนวทางหลักในการบริหารจัดการที่มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล ๘ ด้าน ดังนี้

- การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล การให้ความสำคัญการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบ โดยมีทีมงานหลักที่ทำงานตลอดปีเพื่อเตรียมการและประสานงาน ขณะเดียวกันก็มีการขยายทีมงานอย่างมีประสิทธิภาพในช่วงจัดงาน
- การบริหารจัดการประสบการณ์ผู้เข้าร่วมงานแบบครบวงจร การใช้โปรแกรม Global Journey ของงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในการบริหารจัดการประสบการณ์แบบครบวงจร ที่มีการนำเสนอแพ็คเกจพิเศษสำหรับการเดินทางและที่พัก รวมถึงการเชื่อมต่อกับเพื่อนร่วมทริป การวางแผนการเดินทาง แשרรูปภาพและรับข้อมูลสำคัญทั้งก่อนและระหว่างเทศกาล

- การออกแบบประสบการณ์ลูกค้าแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสอย่างแท้จริง รวมถึงการนำนวัตกรรม เทคโนโลยี และประสบการณ์เสริมสำหรับผู้เข้าร่วมงานเทศกาลดนตรี

- การสร้างความผูกพันกับชุมชน งานเทศกาลดนตรีเป็นตัวอย่างที่สำคัญของการสร้างความผูกพันกันระหว่างผู้จัดงานและชุมชนทั้งในเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม โดยเฉพาะการเปิดพื้นที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและใช้กลไกการมีส่วนร่วมที่โปร่งใส และตอบสนองจริงในระดับท้องถิ่น ซึ่งช่วยให้เทศกาลสามารถขยายความสำเร็จและจัดงานต่อเนื่องได้ยาวนาน

- นโยบายความยั่งยืน มีการพัฒนาแพลตฟอร์ม Love Tomorrow เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนนโยบายความยั่งยืนของเทศกาล โดยมีเป้าหมายสำคัญในการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

- การบริหารความเสี่ยงและความปลอดภัย ระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และมีการซักซ้อมแผนฉุกเฉินประจำปี และการอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการความปลอดภัยล่วงหน้า โดยทีม Safety, Staff, Security, Medical และ Crisis Response ของเทศกาล ปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยฉุกเฉินท้องถิ่นทันที

- กลยุทธ์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยเน้นการใช้ Social Media และแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นหลักในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั่วโลก

- การวัดผลและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีระบบการวัดผลและการรายงานที่ครบถ้วนและเป็นระบบ โดยเฉพาะด้านความยั่งยืนและผลกระทบทางเศรษฐกิจ และมีกระบวนการจัดทำและรายงานผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่สามารถตรวจสอบได้ รวมถึงการใช้เกณฑ์เชิงประจักษ์ และเปิดเผยผลลัพธ์ต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ

๓.๕ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มอบหมายให้ ททท. เป็นหน่วยงานหลักในการเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อขอความเห็นชอบในการสนับสนุนการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๗๓ (๕ ปี) (กำหนดจัดปีแรกในเดือนธันวาคม ๒๕๖๔) โดยจะดำเนินการร่วมกับ Tomorrowland International (TLI) หรือบริษัท วี อาร์ วัน เวิลด์ (ไทยแลนด์) รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

๔. ประโยชน์และผลกระทบ

๔.๑ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑) การสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงระดับนานาชาติ จากการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland นับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศเจ้าภาพในการยกระดับสถานะบนเวทีโลก เป็นการยืนยันศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการคมนาคม และมาตรฐานการบริการที่ได้มาตรฐานสากล ความสำเร็จนี้จะช่วยยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ รวมถึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนและผู้จัดงานระดับนานาชาติ และยังเป็นโอกาสให้ประเทศไทยได้รับเลือกเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานอีเวนต์ขนาดใหญ่ระดับนานาชาติในอนาคต

๒) ประเทศไทยจะมีรายได้จากการใช้จ่ายของผู้เข้าชมเทศกาลดนตรี มีโอกาสได้นำเสนอความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และ Soft Power ไทยผ่านดนตรี ศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีเชิงประสบการณ์อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในเวทีโลก

๔.๒ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

ในการจัดเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทยจะจัดขึ้นปีละ ๑ ครั้ง ระยะเวลา ๓ วัน (วันศุกร์-อาทิตย์) ต่อเนื่อง ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๙-๒๕๗๓) เริ่มในเดือนธันวาคม ๒๕๖๙ คาดว่าจะมีผู้ชมทั่วไป ในปีแรกจำนวน ๕๐,๐๐๐ คน แบ่งเป็นผู้ชมจากประเทศไทย ร้อยละ ๔๐ และผู้ชมจากต่างประเทศ ร้อยละ ๖๐ ก่อนที่จะเติบโตเป็น ๗๕,๐๐๐ คน ในปีที่ ๕ รวมผู้ชมทั้งหมด ๓๐๕,๐๐๐ คน ตลอดระยะเวลา ๕ ปี โดยร้อยละ ๖๐ เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติจากกว่า ๒๐๐ ประเทศ (การกระจายผู้ชมต่างชาติ: เอเชีย ร้อยละ ๔๐ (อาเซียน ร้อยละ ๒๐ เอเชียอื่น ๆ ร้อยละ ๒๐) ยุโรป ร้อยละ ๕ อเมริกาเหนือ ร้อยละ ๔ โอเชียเนีย ร้อยละ ๖ ตะวันออกกลาง ร้อยละ ๓ อเมริกาใต้และแอฟริกา อย่างละร้อยละ ๑) ระยะเวลาพักอาศัยของผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ ๖-๑๐ วัน และผู้เข้าร่วมงานชาวไทย จากนอกพื้นที่ ๔ วัน โดยมีศิลปินร่วมงานไม่น้อยกว่า ๑๕๐ คน

หน่วย : คน

ประเภทผู้ชม	ร้อยละ	ปีที่ ๑	ปีที่ ๒	ปีที่ ๓	ปีที่ ๔	ปีที่ ๕	รวม ๕ ปี
ผู้ชมจากประเทศไทย	๔๐.๐๐	๒๐,๐๐๐	๒๒,๐๐๐	๒๔,๐๐๐	๒๖,๐๐๐	๓๐,๐๐๐	๑๒๒,๐๐๐
ผู้ชมชาวไทย / expat จากชลบุรี	๘.๐๐	๔,๐๐๐	๔,๔๐๐	๔,๘๐๐	๕,๒๐๐	๖,๐๐๐	๒๔,๔๐๐
ผู้ชมชาวไทย / expat จากจังหวัดอื่น	๓๒.๐๐	๑๖,๐๐๐	๑๗,๖๐๐	๑๙,๒๐๐	๒๐,๘๐๐	๒๔,๐๐๐	๙๗,๖๐๐
ผู้ชมจากต่างประเทศ	๖๐.๐๐	๓๐,๐๐๐	๓๓,๐๐๐	๓๖,๐๐๐	๓๙,๐๐๐	๔๕,๐๐๐	๑๘๓,๐๐๐
ผู้ชมจากยุโรป	๕.๐๐	๒,๕๐๐	๒,๗๕๐	๓,๐๐๐	๓,๒๕๐	๓,๗๕๐	๑๕,๒๕๐
ผู้ชมจากอเมริกา/แคนาดา	๔.๐๐	๒,๐๐๐	๒,๒๐๐	๒,๔๐๐	๒,๖๐๐	๓,๐๐๐	๑๒,๒๐๐
ผู้ชมจากอเมริกาใต้	๑.๐๐	๕๐๐	๕๕๐	๖๐๐	๖๕๐	๗๕๐	๓,๐๕๐
ผู้ชมจากโอเชียเนีย	๖.๐๐	๓,๐๐๐	๓,๓๐๐	๓,๖๐๐	๓,๙๐๐	๔,๕๐๐	๑๘,๓๐๐
ผู้ชมจากตะวันออกกลาง	๓.๐๐	๑,๕๐๐	๑,๖๕๐	๑,๘๐๐	๑,๙๕๐	๒,๒๕๐	๙,๑๕๐
ผู้ชมจากแอฟริกา	๑.๐๐	๕๐๐	๕๕๐	๖๐๐	๖๕๐	๗๕๐	๓,๐๕๐
ผู้ชมจากอาเซียน (ไม่รวมไทย)	๒๐.๐๐	๑๐,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑,๒๐๐	๑๓,๐๐๐	๑๕,๐๐๐	๕๐,๒๐๐
ผู้ชมจากเอเชีย (ไม่รวมอาเซียน)	๒๐.๐๐	๑๐,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๒,๐๐๐	๑๓,๐๐๐	๑๕,๐๐๐	๖๑,๐๐๐
รวมผู้ชมทั้งหมด	๑๐๐.๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๕,๐๐๐	๖๐,๐๐๐	๖๕,๐๐๐	๗๕,๐๐๐	๓๐๕,๐๐๐

การเดินทางเข้าร่วมชมงานเทศกาลดนตรี ผู้ชมชาวไทยและ Expat จากจังหวัดชลบุรี มีการใช้ เวลา ๓ วันในการชมงานเท่านั้น โดยไม่ได้มีการใช้เวลาไปกับการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ในขณะที่ผู้ชมชาวไทยและ Expat จากจังหวัดอื่น ๆ นอกจากชลบุรีมีการใช้เวลา ๓ วันในการชมงาน และใช้เวลาอีก ๑ วันในการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีก่อนและหลังวันงาน

สำหรับผู้ชมจากต่างประเทศ กำหนดให้ผู้ชมจากต่างประเทศในกลุ่ม Long Haul ซึ่งมีการเดินทางระยะไกลมีการใช้เวลา ๓ วันในการชมงาน และใช้เวลาอีก ๗ วันในการท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรีและหรือประเทศไทยก่อนและหลังวันงาน และผู้ชมจากต่างประเทศในกลุ่ม Short Haul ซึ่งมีการเดินทางระยะใกล้มีการใช้เวลา ๓ วันในการชมงาน และใช้เวลาอีก ๓ วันในการท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรีและหรือประเทศไทยก่อนและหลังวันงาน ในขณะที่ผู้ชมจากตะวันออกกลางมีการใช้เวลา ๓ วันในการชมงาน และใช้เวลาอีก ๖ วันในการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีและหรือประเทศไทยก่อนและหลังวันงาน

ตารางค่าใช้จ่ายของผู้เข้าชมงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ตลอดระยะเวลา ๕ ปี

หมวดค่าใช้จ่าย	ปีที่ ๑	ปีที่ ๒	ปีที่ ๓	ปีที่ ๔	ปีที่ ๕	รวม ๕ ปี
จำนวนผู้ชม (คน)	๕๐,๐๐๐	๕๕,๐๐๐	๖๐,๐๐๐	๖๕,๐๐๐	๗๕,๐๐๐	๓๐๕,๐๐๐
ค่าโรงแรมที่พัก (ล้านบาท)	๔๔๔.๖๗	๕๐๓.๘๒	๕๖๖.๑๑	๖๓๑.๖๙	๗๕๐.๗๓	๒,๘๙๗.๐๒
ค่าเดินทางในประเทศ (ล้านบาท)	๒๑๘.๒๕	๒๔๗.๒๘	๒๗๗.๘๕	๓๑๐.๐๓	๓๖๘.๔๖	๑,๔๒๑.๘๗
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ล้านบาท)	๒๖๑.๗๐	๒๙๖.๕๑	๓๓๓.๑๖	๓๗๑.๗๕	๔๔๑.๘๒	๑,๗๐๔.๙๔
ค่าช้อปปิ้ง (ล้านบาท)	๑๖๕.๐๐	๑๘๖.๙๔	๒๑๐.๐๕	๒๓๔.๓๙	๒๗๘.๕๖	๑,๐๗๔.๙๔
ค่าท่องเที่ยว บ้านเกิด สันทนาการ (ล้านบาท)	๒๔๔.๕๐	๒๗๗.๐๑	๓๑๑.๒๗	๓๔๗.๓๒	๔๑๒.๗๘	๑,๕๙๒.๘๘
ค่าเครื่องบินระหว่างประเทศ (ล้านบาท)	๙๒.๖๓	๑๐๔.๙๕	๑๑๗.๙๒	๑๓๑.๕๘	๑๕๖.๓๘	๖๐๓.๔๖
รวมทั้งสิ้น (ล้านบาท)	๑,๔๒๖.๗๕	๑,๖๑๖.๕๑	๑,๘๑๖.๓๖	๒,๐๒๖.๗๖	๒,๔๐๘.๗๓	๙,๒๙๕.๑๑

สรุปค่าใช้จ่ายของผู้ชมเทศกาลดนตรี Tomorrowland ตลอดระยะเวลา ๕ ปี พบว่าเทศกาลดนตรีจะสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้ชมได้มากถึง ๑,๔๒๖.๗๕ ล้านบาท ในปีแรก และจะเพิ่มขึ้นเป็น ๒,๔๐๘.๗๓ ล้านบาท ในการจัดในปีที่ ๕ รวมค่าใช้จ่ายของผู้เข้าชมงานเทศกาล ๕ ปี เป็นเงิน ๙,๒๙๕.๑๑ ล้านบาท

ประมาณการรายได้ ต้นทุน และกำไรของผู้จัดเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	ปีที่ ๑	ปีที่ ๒	ปีที่ ๓	ปีที่ ๔	ปีที่ ๕	รวม ๕ ปี
หมวดรายได้						
รายได้จากการขายบัตรเข้าชมงาน	๗๗๓.๔๕	๘๗๙.๒๖	๙๙๓.๗๒	๑,๑๙๕.๙๔	๑,๔๑๕.๘๘	๕,๒๕๘.๒๖
รายได้จากการขาย Package การท่องเที่ยว	๗๙.๘๔	๙๒.๒๒	๑๐๕.๖๓	๑๒๔.๗๘	๑๔๕.๕๘	๕๔๘.๐๕
รายได้จากการขนส่งเพื่อเข้าร่วมงาน	๓๐.๐๐	๓๓.๐๐	๓๖.๐๐	๓๙.๐๐	๔๒.๐๐	๑๘๐.๐๐
รายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม	๒๘๕.๙๘	๓๒๑.๕๔	๓๕๙.๙๔	๔๓๓.๔๔	๕๑๓.๓๙	๑,๙๑๔.๒๘
รายได้จากสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุน	๕๗๘.๔๒	๖๓๖.๒๖	๖๙๙.๘๘	๗๖๙.๘๗	๘๔๖.๘๖	๓,๕๓๑.๒๘
รายได้จากกิจกรรมพิเศษภายในงาน	๔.๘๒	๕.๕๗	๖.๓๘	๗.๕๓	๘.๗๙	๓๓.๐๙
รายได้จากการขายสินค้า	๗๓.๔๗	๘๐.๘๒	๘๘.๑๗	๙๙.๑๙	๑๑๐.๒๑	๔๕๑.๘๕
รายได้จากการจัดการที่จอดรถ	๗.๒๐	๘.๑๐	๙.๐๐	๙.๙๐	๑๐.๘๐	๔๕.๐๐
รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝาก	๑๓.๕๔	๑๕.๓๙	๑๗.๔๐	๒๐.๘๔	๒๔.๙๗	๙๑.๗๓
รวมรายได้	๑,๘๔๖.๗๑	๒,๐๗๒.๑๖	๒,๓๑๖.๑๒	๒,๗๐๐.๔๘	๓,๑๑๘.๐๘	๑๒,๐๕๓.๕๕
หมวดต้นทุนขาย						
ต้นทุนขายอาหารและเครื่องดื่ม	๑๕๒.๒๕	๑๗๑.๑๙	๑๙๑.๖๓	๒๓๐.๗๖	๒๗๓.๓๓	๑,๐๑๙.๑๖
ต้นทุนจากการขาย Package การท่องเที่ยว	๖๓.๘๘	๗๓.๗๘	๘๔.๕๑	๙๙.๘๒	๑๑๖.๔๖	๔๓๘.๔๔
ต้นทุนจากการขนส่งเพื่อเข้าร่วมงาน	๒๕.๕๐	๒๘.๐๕	๓๐.๖๐	๓๓.๑๕	๓๕.๗๐	๑๕๓.๐๐
ต้นทุนจากการขายสินค้า	๖๓.๘๙	๗๐.๒๘	๗๖.๖๗	๘๖.๒๕	๙๕.๘๓	๓๙๒.๙๒
รวมต้นทุนขาย	๓๐๕.๕๒	๓๔๓.๒๙	๓๘๓.๔๐	๔๔๙.๙๙	๕๒๑.๓๒	๒,๐๐๓.๕๒
กำไรขั้นต้นจากการจัดงาน	๑,๕๔๑.๒๐	๑,๗๓๘.๘๗	๑,๙๓๒.๗๒	๒,๒๕๐.๕๐	๒,๕๙๖.๗๕	๑๐,๐๕๐.๐๓
หัก ค่าใช้จ่ายในการจัดงาน	๑,๓๔๒.๓๙	๑,๔๐๑.๘๖	๑,๔๖๓.๓๕	๑,๕๓๕.๖๘	๑,๖๑๐.๙๑	๗,๓๙๕.๑๙
กำไรสุทธิจากการจัดงาน	๑๙๘.๘๐	๓๓๗.๐๑	๔๖๙.๓๗	๗๑๔.๘๒	๙๘๕.๘๔	๒,๖๙๕.๘๔

/สรุปผล ...

สรุปผลการคาดการณ์กำไรสุทธิจากการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย รวม ๕ ปี เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น ๒,๖๙๕,๘๔๑,๓๕๘ บาท ดังนั้น การจัดเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) : ๑,๑๖๑.๘๖ ล้านบาทในปีแรก เพิ่มขึ้นเป็น ๒,๐๑๑.๕๗ ล้านบาทในปีที่ ๕ โดยการจัดงานทั้ง ๕ ปี รวม GDP ๗,๖๘๕.๓๘ ล้านบาท

๒) รายได้จากภาษีอากร : ๒๒๓.๕๑ ล้านบาทในปีแรก เพิ่มขึ้นเป็น ๓๖๙.๖๖ ล้านบาทในปีที่ ๕ โดยการจัดงานทั้ง ๕ ปี รวมรายได้ภาษีสะสม ๑,๔๑๒.๓๒ ล้านบาท

๓) การสร้างงานและการจ้างงาน : ๕,๙๒๔ ตำแหน่งในปีแรก เพิ่มขึ้นเป็น ๑๑,๒๘๔ ตำแหน่งในปีที่ ๕ โดยการจัดงานทั้ง ๕ ปี มีการจ้างงานรวมทั้งสิ้น ๔๑,๓๙๘ ตำแหน่ง

๔) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (ROI) : ร้อยละ ๑๖๔.๒๐ ในปีแรก เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ ๒๓๖.๘๕ ในปีที่ ๕

๕) ค่าตัวคูณผลกระทบ (Multiplier Effect) : ๑.๕๔-๑.๕๖ เท่า ตลอดระยะเวลา ๕ ปี

- มูลค่าเงินหมุนเวียนรวม: ๒,๒๕๓.๐๑-๓,๓๙๓.๘๗ ล้านบาทต่อปี
- มูลค่าทางเศรษฐกิจสุทธิ: ๓,๔๕๘.๔๒-๕,๓๐๑.๒๓ ล้านบาทต่อปี
- ผลประโยชน์รวม ๕ ปี: มูลค่าทางเศรษฐกิจสุทธิ ๒๑,๓๘๖.๐๓ ล้านบาท GDP สุทธิ ๗,๖๘๕.๓๘ ล้านบาท รายได้ภาษี ๑,๔๑๒.๓๒ ล้านบาท

ตารางผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการจัดเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย

ตัวแปร	ปีที่ ๑	ปีที่ ๒	ปีที่ ๓	ปีที่ ๔	ปีที่ ๕
จำนวนผู้ชม (คน)	๕๐,๐๐๐	๕๕,๐๐๐	๖๐,๐๐๐	๖๕,๐๐๐	๗๕,๐๐๐
จากประเทศไทย	๒๐,๐๐๐	๒๒,๐๐๐	๒๔,๐๐๐	๒๖,๐๐๐	๓๐,๐๐๐
จากต่างประเทศ	๓๐,๐๐๐	๓๓,๐๐๐	๓๖,๐๐๐	๓๙,๐๐๐	๔๕,๐๐๐
เงินลงทุนจากภาครัฐ (ล้านบาท)	๔๓๙.๗๖	๔๖๕.๔๐	๔๙๓.๘๗	๕๒๒.๙๖	๕๙๗.๑๗
เงินสนับสนุน	๔๐๐.๐๐	๔๐๐.๐๐	๔๐๐.๐๐	๔๐๐.๐๐	๔๐๐.๐๐
สิทธิประโยชน์ทางภาษี (ค่าเสียโอกาส)	๓๙.๗๖	๖๕.๔๐	๙๓.๘๗	๑๔๒.๙๖	๑๙๗.๑๗
ค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมทั้งหมด (ล้านบาท)	๑,๔๒๖.๗๕	๑,๖๑๖.๕๑	๑,๘๑๖.๓๗	๒,๐๒๖.๗๖	๒,๔๐๘.๗๓
จากประเทศไทย	๓๒๐.๔๐	๓๖๓.๐๑	๔๐๗.๘๙	๔๕๕.๑๔	๕๔๐.๙๒
จากต่างประเทศ	๑,๑๐๖.๓๕	๑,๒๕๓.๕๐	๑,๔๐๘.๔๗	๑,๕๗๑.๖๒	๑,๘๖๗.๘๑
ค่าใช้จ่ายในการจัดงาน (ล้านบาท)	๑,๓๔๒.๓๙	๑,๔๐๑.๘๖	๑,๔๖๓.๓๕	๑,๕๓๕.๖๘	๑,๖๑๐.๙๑
ค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินอัดฉีด (Injection)	๘๒๖.๒๖	๘๖๐.๘๖	๘๙๖.๓๕	๙๓๙.๙๒	๙๘๕.๑๔
ค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินรั่วไหล (Leakage)	๕๑๖.๑๓	๕๔๐.๙๙	๕๖๗.๐๐	๕๙๕.๗๕	๖๒๕.๗๘
มูลค่าเงินหมุนเวียนจากการจัดงาน (ล้านบาท)	๒,๒๕๓.๐๑	๒,๔๗๗.๓๗	๒,๗๑๒.๗๒	๒,๙๖๖.๖๘	๓,๓๙๓.๘๗
มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดงาน (ล้านบาท)	๓,๔๕๘.๔๒	๓,๘๑๙.๘๓	๔,๑๙๙.๐๘	๔,๖๐๗.๔๗	๕,๓๐๑.๒๓
มูลค่า GDP จากการจัดงาน (ล้านบาท)	๑,๑๖๑.๘๖	๑,๓๒๖.๖๒	๑,๔๙๙.๔๔	๑,๖๘๕.๘๙	๒,๐๑๑.๕๗
รายรับภาษีจากการจัดงาน (ล้านบาท)	๒๒๓.๕๑	๒๔๓.๗๙	๒๗๕.๕๕	๓๐๙.๘๑	๓๖๙.๖๖
จำนวนการจ้างงานจากการจัดงาน (คน)	๕,๙๒๔	๖,๙๕๕	๘,๐๓๘	๙,๑๙๗	๑๑,๒๘๔
Return on Investment (ROI) (ร้อยละ)	๑๖๔.๒๐	๑๘๕.๐๕	๒๐๓.๖๑	๒๑๐.๕๐	๒๓๖.๘๕
Multiplier (เท่า)	๑.๕๔	๑.๕๔	๑.๕๕	๑.๕๕	๑.๕๖
สรุปความคุ้มค่า	คุ้มค่า	คุ้มค่า	คุ้มค่า	คุ้มค่า	คุ้มค่า

จากการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ การจัดเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ประเมินการรายได้สำหรับช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๙-๒๕๗๓ (๕ ปี) โดยสามารถสร้างเงินหมุนเวียนและมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดงานทั้งสิ้น ๓,๔๕๘.๔๒ ล้านบาท ในปีที่ ๑ ก่อนจะเพิ่มเป็น ๕,๓๐๑.๒๓ ล้านบาท ในปีที่ ๕ นอกจากนี้ ยังพบว่าในปีที่ ๑ การจัดงานจะสร้าง GDP ได้เท่ากับ ๑,๑๖๑.๘๖ ล้านบาท ก่อให้เกิดรายรับภาษีของภาครัฐได้เท่ากับ ๒๑๓.๕๑ ล้านบาท และสร้างการจ้างงานได้เท่ากับ ๕,๙๒๔ คนในปีที่ ๑ ก่อนที่ GDP จะเพิ่มเป็น ๒,๐๑๑.๕๗ ล้านบาท รายรับภาษีเพิ่มเป็น ๓๖๙.๖๖ ล้านบาท และการจ้างงานเพิ่มเป็น ๑๑,๒๘๔ คน ในปีที่ ๕ เมื่อพิจารณาความคุ้มค่าในการลงทุนของภาครัฐในการสนับสนุนการจัดงาน พบว่าการลงทุนมีความคุ้มค่าเป็นอย่างมาก โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงถึงร้อยละ ๑๖๔.๒๐ ในปีที่ ๑ และเพิ่มเป็นร้อยละ ๒๓๖.๘๕ ในปีที่ ๕ อีกทั้งยังมีค่าตัวคูณทวีทางเศรษฐกิจ (Multiplier Effect) ของค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วงระหว่าง ๑.๕๔-๑.๕๖ เท่า ตลอดระยะเวลา ๕ ปี

๔.๒ ผลกระทบเชิงบวกทางสังคม

การจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland Thailand ในประเทศไทยเป็นโอกาสสำคัญในการขับเคลื่อนศักยภาพของประเทศไทยสู่เวทีระดับโลกผ่าน Soft Power และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลางของผลกระทบทางสังคมในหลายมิติที่สำคัญ ทั้งด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

๔.๒.๑ การสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงระดับนานาชาติ

การจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland นับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศเจ้าภาพในการยกระดับสถานะบนเวทีโลก จากสถิติการจัดงานที่ผ่านมา มีผู้เข้าร่วมงานจาก ๒๐๐ ประเทศทั่วโลก ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงกระแสนิยมของเทศกาลที่ไม่จำกัดเฉพาะผู้ชมท้องถิ่นหรือภูมิภาคเท่านั้น หากแต่เป็นเวทีรวมพลคนรักดนตรี EDM จากทั่วโลก ทั้งนี้ การจัดงานดังกล่าวเป็นการส่งเสริมและยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศเจ้าภาพ โดยใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลจะสามารถสร้างกระแสให้กับงานเทศกาลและเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ประเทศเจ้าภาพ

สำหรับ Tomorrowland Thailand ที่จะจัดขึ้นในประเทศไทย ในปี พ.ศ. ๒๕๖๙ จะเป็นงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ฉบับเต็มรูปแบบแห่งเดียวในเอเชียเทียบเท่ากับการจัดงานในประเทศเบลเยียม นับเป็นการเน้นย้ำศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคม และมาตรฐานบริการที่ได้มาตรฐานสากลของประเทศไทย

๔.๒.๒ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยง

การจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland เปรียบเสมือนกลไกทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่จะช่วยเร่งการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร การขนส่ง ร้านค้าปลีก กิจกรรมนันทนาการและความบันเทิงอื่น ๆ ตลอดจนกลุ่มงานสร้างสรรค์และธุรกิจดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานอีเวนต์ระดับนานาชาติ โดยเฉพาะในบริเวณเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งรัฐบาลส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ใหม่ของประเทศ ผลของการจัดงานไม่เพียงแต่เพิ่มศักยภาพการแข่งขันระหว่างประเทศ แต่ยังช่วยสร้างชื่อเสียง พัฒนานวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวและขยายโอกาสทางอาชีพให้กับชุมชนในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน นำไปสู่การเพิ่มรายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีอำนาจการใช้จ่ายสูงกว่าค่าเฉลี่ย อันนำไปสู่เม็ดเงินหมุนเวียนภายในระบบเศรษฐกิจและการเติบโตของ GDP จังหวัดที่จัดงาน

๔.๒.๓ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยีในอุตสาหกรรม

งานเทศกาลดนตรีขนาดใหญ่จะช่วยส่งเสริมการสร้างสรรคนวัตกรรม และการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี เช่น การพัฒนาเวทีด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ การใช้เทคนิค LED Mapping และ Projection Mapping ในการสร้างบรรยากาศ รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายประเทศ เพื่อยกระดับมาตรฐานงานทั้งด้านศิลปะและความปลอดภัย นอกจากนี้ ยังเป็นเวทีให้การพัฒนาเยาวชนในสายอาชีพอุตสาหกรรมดนตรีและอีเวนต์

๔.๒.๔ การสร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความเข้าใจระหว่างประเทศ

งานเทศกาลดนตรี Tomorrowland เป็นหนึ่งในเทศกาลดนตรีที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูงที่สุดในโลก ทุกปีมีผู้เข้าร่วมจากกว่า ๒๐๐ ประเทศ สะท้อนความเป็น Global Village ที่ผู้คนจากทุกภูมิภาคเดินทางมาร่วมเฉลิมฉลองดนตรี ศิลปะ และวัฒนธรรมร่วมกัน สำหรับประเทศไทยจะสามารถสอดแทรกวัฒนธรรมไทยเข้าไปในเทศกาลผ่านกิจกรรมและการดำเนินงานในเทศกาล ซึ่งเป็นจุดเริ่มของการถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทยสู่เวทีสากล

๔.๒.๕ การส่งเสริมสุขภาวะทางจิตใจ การมีส่วนร่วมและความผูกพันของชุมชน

งานเทศกาลดนตรี Tomorrowland มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสุขภาวะทางจิตใจ การมีส่วนร่วมและความผูกพันของชุมชน ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติ งานเทศกาลดนตรีไม่เพียงสร้างความสุข ความผ่อนคลาย และแรงบันดาลใจให้กับผู้เข้าร่วม แต่ยังมีโครงการและกิจกรรมที่เน้นย้ำการเชื่อมโยงระหว่างผู้คนอย่างแท้จริง

๔.๒.๖ การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน

งานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ก่อให้เกิดการพัฒนาแรงงานและการสร้างโอกาสในสายอาชีพ โดยเทศกาลดนตรีได้สร้างการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม แก่แรงงานท้องถิ่นอย่างมหาศาล

๔.๒.๗ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และแนวทางการบริหารจัดการของชุมชน

งานเทศกาลดนตรี Tomorrowland จะช่วยผลักดันและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคในพื้นที่การจัดงานในหลายมิติ เช่น การขยายถนน การเพิ่มจุดจอดรถสาธารณะ การปรับปรุงระบบขนส่งเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ระยะยาวสำหรับชุมชนและพื้นที่จัดงาน นอกจากนี้ ยังช่วยยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย ระบบชำระเงินดิจิทัล เพื่อให้สามารถรองรับผู้ใช้งานพร้อมกันจำนวนมากและเอื้อกับระบบชำระเงินไร้เงินสด เป็นต้น นอกจากนี้ ยังส่งต่อแนวทางการจัดการให้ชุมชนตามที่ระบุไว้ Sustainability Journey ของ Tomorrowland

๔.๒.๘ การส่งเสริมการศึกษาและการถ่ายทอดความรู้

การจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland สร้างผลกระทบเชิงบวกทางสังคม ด้านการศึกษาและการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและชุมชนเปราะบาง เน้นการสนับสนุนโรงเรียนดนตรีและศิลปะ โรงเรียนเคลื่อนที่และเครื่องมือเรียนรู้ออนไลน์ในหลายโครงการ ผ่านการจัดตั้งโรงเรียนดนตรีและศิลปะภายใต้ Tomorrowland Foundation โดยมุ่งเน้นให้เด็กด้อยโอกาส และเยาวชนในชุมชนได้รับโอกาส พัฒนาทักษะ และสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง

๔.๒.๙ การส่งเสริมความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม

การดำเนินงานด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อมของการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland สร้างผลกระทบเชิงบวกทางสังคมต่อทั้งผู้เข้าร่วมงาน ชุมชนท้องถิ่น และสังคม รวมถึงเป็นแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดด้านการดำเนินงานที่ยั่งยืนให้สอดคล้องกับกระแสโลก อาทิ โครงการเทคโนโลยีสีเขียว (Green & Clean Technology) นำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ทุกระบวนการจัดงาน

๕. ค่าใช้จ่ายและแหล่งที่มา หรือการสูญเสียรายได้

๕.๑ ค่าใช้จ่ายและแหล่งที่มา

การจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ที่จะดำเนินการในปี พ.ศ. ๒๕๖๘-๒๕๗๓ (๕ ปี) มีค่าใช้จ่ายในการจัดงานทั้งสิ้น จำนวน ๗,๓๕๔.๑๙ ล้านบาท ประกอบด้วย

๕.๑.๑ ภาคเอกชนรับผิดชอบค่าใช้จ่าย จำนวน ๕,๓๕๔.๑๙ ล้านบาท

๕.๑.๒ ขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ จำนวน ๒,๐๐๐ ล้านบาท

- ปีที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๘) ททท. จะขอรับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี งบกลาง จำนวน ๑๐ ล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณ ๔๐๐ ล้านบาท เพื่อดำเนินการในโอกาสแรกก่อน

- ปีที่ ๒-๕ (พ.ศ. ๒๕๗๐-๒๕๗๓) ททท. จะขอตั้งงบประมาณสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในปีต่อไปและจะจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ จำนวน ๑๐ ล้านบาทต่อปี หรือคิดเป็นประมาณ ๔๐๐ ล้านบาทต่อปี

ตารางค่าใช้จ่ายและแหล่งที่มาของงบประมาณในการจัดเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย

หน่วย: บาท

ที่	รายละเอียด	รวมค่าใช้จ่าย ๕ ปี	แหล่งงบประมาณ		
			ภาคเอกชน	งบกลาง ปีที่ ๑	งบประมาณ ประจำปี ปีที่ ๒-๕
๑	ค่าจ้างพนักงาน (Over Head)	๘๕๒,๒๕๕,๙๗๑	๘๕๒,๒๕๕,๙๗๑	-	-
	เงินเดือนทีมงาน (ถาวร)	๗๐๓,๑๔๔,๑๗๕	๗๐๓,๑๔๔,๑๗๕	-	-
	ค่าเช่าสำนักงาน	๓๑,๙๖๑,๐๙๘	๓๑,๙๖๑,๐๙๘	-	-
	ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	๑๐,๖๕๓,๖๙๙	๑๐,๖๕๓,๖๙๙	-	-
	ค่าเดินทาง (ทริปปริกกิง)	๘๕,๒๒๙,๖๐๑	๘๕,๒๒๙,๖๐๑	-	-
	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	๒๑,๓๐๗,๓๙๘	๒๑,๓๐๗,๓๙๘	-	-
๒	ค่าเช่าสถานที่	๒๘๙,๒๐๗,๖๗๐	๑๓๔,๒๐๗,๖๗๐	๓๑,๐๐๐,๐๐๐	๑๒๔,๐๐๐,๐๐๐
๓	ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับศิลปิน	๑,๒๗๘,๔๔๓,๙๕๐	๑,๒๗๘,๔๔๓,๙๕๐	-	-
	ค่าจ้างศิลปิน	๑,๐๖๕,๓๖๙,๙๕๘	๑,๐๖๕,๓๖๙,๙๕๘	-	-
	การดูแลจัดการศิลปิน	๑๐๖,๕๓๖,๙๙๖	๑๐๖,๕๓๖,๙๙๖	-	-
	การดูแลและรับรองศิลปิน	๑๐๖,๕๓๖,๙๙๖	๑๐๖,๕๓๖,๙๙๖	-	-
๔	ค่าจ้างนักแสดง	๑๐๖,๕๓๖,๙๙๖	๑๐๖,๕๓๖,๙๙๖	-	-
๕	ค่าใช้จ่ายการตลาด	๑๕๙,๘๐๕,๔๙๘	๑๐๙,๘๐๕,๔๙๘	๑๐,๐๐๐,๐๐๐	๔๐,๐๐๐,๐๐๐
๖	ค่าจ้างสื่อ / ช่องทางสื่อสาร	๑๒๗,๘๔๔,๓๙๔	๘๒,๘๔๔,๓๙๔	๙,๐๐๐,๐๐๐	๓๖,๐๐๐,๐๐๐
๗	ค่าจ้างการปฏิบัติงาน / การดำเนินงาน	๘๗๕,๒๐๘,๕๔๗	๓๗๕,๒๐๘,๕๔๗	๑๐๐,๐๐๐,๐๐๐	๔๐๐,๐๐๐,๐๐๐
	ระบบควบคุมการเข้าออก	๑๘,๑๑๐,๐๐๐	๑๘,๑๑๐,๐๐๐	-	-
	การขอ Accreditation	๑๘,๓๐๒,๗๗๗	๑๘,๓๐๒,๗๗๗	-	-
	ระบบ Cashless	๔๒,๕๒๙,๗๘๕	๔๒,๕๒๙,๗๘๕	-	-
	ค่าจ้างผลิตของ Premium และ Wristband	๒๑๘,๕๐๖,๙๓๐	๒๑๘,๕๐๖,๙๓๐	-	-
	ค่าผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ตกแต่งภายในงาน	๒,๘๘๔,๕๕๙	๒,๘๘๔,๕๕๙	-	-
	ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	๑๑๗,๘๘๒,๘๒๒	๑๑๗,๘๘๒,๘๒๒	-	-
	ค่าที่พักและเดินทางพนักงาน	๑๕๖,๕๔๗,๓๗๘	๑๕๖,๕๔๗,๓๗๘	-	-
	ค่าระบบ Ticketing	๒๕๙,๒๔๗,๙๑๑	๒๕๙,๒๔๗,๙๑๑	-	-
	ค่าบริหารจัดการช่วยเหลือผู้เข้าร่วมงาน	๔๑,๑๙๖,๓๘๕	๔๑,๑๙๖,๓๘๕	-	-

๘	การบริหารจัดการความเสี่ยง	๑๖๗,๖๑๖,๖๘๙	๖๗,๖๑๖,๖๘๙	๒๐,๐๐๐,๐๐๐	๘๐,๐๐๐,๐๐๐
	Fire	๒๙,๒๐๙,๙๗๓	๒๙,๒๐๙,๙๗๓	-	-
	Medical	๒๘,๙๒๐,๗๖๕	๒๘,๙๒๐,๗๖๕	-	-
	Security	๔๕,๕๖๓,๗๕๐	๔๕,๕๖๓,๗๕๐	-	-
	ECC (Crew + Facilities)	๖๓,๙๒๒,๒๐๑	๖๓,๙๒๒,๒๐๑	-	-
๙	ค่าจ้างในการผลิต	๒,๗๑๑,๙๒๒,๐๒๙	๑,๕๖๑,๙๒๒,๐๒๙	๒๓๐,๐๐๐,๐๐๐	๙๒๐,๐๐๐,๐๐๐
	ค่า Logistic / Shipping	๕๖๒,๙๓๒,๕๑๙	๕๖๒,๙๓๒,๕๑๙	-	-
	ค่าพลังงานและเชื้อเพลิง	๑๓๐,๙๓๔,๒๕๓	๑๓๐,๙๓๔,๒๕๓	-	-
	ค่าตกแต่งพื้นที่โดยรอบ	๑๒๖,๔๒๑,๗๑๗	๑๒๖,๔๒๑,๗๑๗	-	-
	ค่าไฟตกแต่งโดยรอบ	๑๑๓,๐๗๘,๔๕๒	๑๑๓,๐๗๘,๔๕๒	-	-
	ค่าเช่าตู้ออฟฟิศและตู้คอนเทนเนอร์	๑๔,๐๘๓,๗๒๙	๑๔,๐๘๓,๗๒๙	-	-
	ค่าตกแต่งเวที	๙๐,๒๗๕,๑๑๗	๙๐,๒๗๕,๑๑๗	-	-
	ค่าทำพื้น	๓๖,๙๑๓,๐๙๖	๓๖,๙๑๓,๐๙๖	-	-
	ค่าแสงเสียงและอุปกรณ์โครงสร้าง	๑,๐๘๙,๔๙๓,๙๖๙	๑,๐๘๙,๔๙๓,๙๖๙	-	-
	ค่าเช่าเต้นท์	๒๒๒,๒๒๒,๘๙๗	๒๒๒,๒๒๒,๘๙๗	-	-
	ค่าห้องน้ำ	๓๖,๓๕๙,๕๕๓	๓๖,๓๕๙,๕๕๓	-	-
	ค่าน้ำ	๑๑๐,๘๒๖,๘๖๘	๑๑๐,๘๒๖,๘๖๘	-	-
	ค่าจ้างพนักงานต่างประเทศ	๑๑๖,๘๑๕,๔๒๕	๑๑๖,๘๑๕,๔๒๕	-	-
	ค่าจ้างพนักงาน Outsource ในประเทศ	๖๑,๕๖๔,๓๙๔	๖๑,๕๖๔,๓๙๔	-	-
๑๐	การวางแผนความคล่องตัวใน การเคลื่อนที่ (ค่าขนส่งคนและสิ่งของในการจัดงาน ค่าจัดการจราจร การจัดการฝูงชน)	๕๔,๙๘๔,๗๖๒	๒๕๔,๙๘๔,๗๖๒	-	-
๑๑	Recycle and Cleaning	๓๔,๐๗๑,๒๓๖	๓๔,๐๗๑,๒๓๖	-	-
๑๒	ค่าประกันและใบอนุญาตต่างๆ	๒๕๕,๒๔๓,๐๓๐	๒๕๕,๒๔๓,๐๓๐	-	-
๑๓	ค่าใช้จ่ายสำรอง	๒๔๑,๐๐๖,๓๙๐	๒๔๑,๐๐๖,๓๙๐	-	-
รวมทั้งสิ้น		๗,๓๕๔,๑๘๗,๑๖๒	๕,๓๕๔,๑๘๗,๑๖๒	๔๐๐,๐๐๐,๐๐๐	๑,๖๐๐,๐๐๐,๐๐๐

ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะมีทั้งเงินอัดฉีด (Injection) เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย และค่าใช้จ่ายที่เป็นส่วนรั่วไหล (Leakage) ที่จ่ายออกไปยังต่างประเทศ โดยค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินอัดฉีด จะส่งผลดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยเนื่องจากทำให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายที่เป็นส่วนรั่วไหลจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยเนื่องจากเป็นเงิน ที่จ่ายออกไปยังต่างประเทศในลักษณะเดียวกับการนำเข้าหรือการใช้บริการจากต่างประเทศ ดังนี้

- ค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินอัดฉีด (Injection) จำนวน ๔,๕๐๘.๕๓ ล้านบาท
- ค่าใช้จ่ายที่เป็นส่วนรั่วไหล (Leakage) จำนวน ๒,๘๔๕.๖๖ ล้านบาท

๕.๒ การสูญเสียรายได้ของรัฐ

การให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีแก่บริษัทผู้จัดเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในการนำเอาค่าใช้จ่ายในการจัดงานมาลดหย่อนภาษีได้สูงสุดร้อยละ ๒๐๐ เทียบเท่าค่าใช้จ่ายในการอบรม และพัฒนาทักษะแรงงาน และค่าใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนา จะทำให้รัฐสูญเสียรายได้จากภาษีเงินได้ นิติบุคคลในอัตราร้อยละ ๒๐ ในปีที่ ๑ เป็นเงิน ๓๙.๗๖ ล้านบาท และในปีที่ ๕ เป็นเงิน ๑๙๗.๑๗ ล้านบาท รวม ๕ ปี เป็นเงิน ๕๓๖.๑๘ ล้านบาท

หน่วย: ล้านบาท

รายการ	ปีที่ ๑	ปีที่ ๒	ปีที่ ๓	ปีที่ ๔	ปีที่ ๕	รวม ๕ ปี
รวมรายได้	๑,๘๔๖.๗๑	๒,๐๗๒.๑๕	๒,๓๓๖.๑๒	๒,๗๐๐.๔๘	๓,๑๑๘.๐๗	๑๒,๐๕๓.๕๖
หัก ต้นทุนขาย	๓๐๕.๕๒	๓๔๓.๒๙	๓๘๓.๔๐	๔๔๙.๙๙	๕๒๑.๓๒	๒,๐๐๓.๔๙
กำไรขั้นต้นจากการจัดงาน	๑,๕๔๑.๑๙	๑,๗๒๘.๘๖	๑,๙๕๒.๗๒	๒,๒๕๐.๔๙	๒,๕๙๖.๗๕	๑๐,๐๕๐.๐๗
กรณีไม่ได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี						
หัก ค่าใช้จ่ายในการจัดงาน	๑,๓๔๒.๓๙	๑,๔๐๑.๘๕	๑,๔๖๓.๓๕	๑,๕๓๕.๖๗	๑,๖๑๐.๙๑	๗,๓๕๔.๑๖
กำไรสุทธิจากการจัดงาน	๑๙๘.๘๐	๓๒๗.๐๑	๔๘๙.๓๗	๗๑๔.๘๒	๙๘๕.๘๔	๒,๖๔๕.๙๑
ภาษีเงินได้นิติบุคคล ร้อยละ	๓๙.๗๖	๖๕.๔๐	๙๓.๘๗	๑๔๒.๙๖	๑๙๗.๑๗	๕๓๙.๑๘
กรณีได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี						
หัก ค่าใช้จ่ายในการจัดงาน	๒,๖๘๔.๗๘	๒,๘๐๓.๗๐	๒,๙๒๖.๗๐	๓,๐๗๑.๓๔	๓,๒๒๑.๘๒	๑๔,๗๐๘.๓๒
กำไรสุทธิจากการจัดงาน	-๑,๑๔๓.๕๙	-๑,๐๗๔.๘๔	-๙๙๓.๙๘	-๘๒๐.๘๕	-๖๒๕.๐๗	-๔,๖๕๘.๒๕
ภาษีเงินได้นิติบุคคล ๒๐%	๐	๐	๐	๐	๐	๐
การประหยัดภาษี	๓๙.๗๖	๖๕.๔๐	๙๓.๘๗	๑๔๒.๙๖	๑๙๗.๑๗	๕๓๙.๑๕

ตารางค่าใช้จ่ายเงินลงทุนของภาครัฐในการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland

หน่วย: ล้านบาท

รูปแบบเงินลงทุน	ปีที่ ๑	ปีที่ ๒	ปีที่ ๓	ปีที่ ๔	ปีที่ ๕	รวม ๕ ปี
เงินสนับสนุน	๔๐๐.๐๐	๔๐๐.๐๐	๔๐๐.๐๐	๔๐๐.๐๐	๔๐๐.๐๐	๒,๐๐๐.๐๐
การลดหย่อนภาษี	๓๙.๗๖	๖๕.๔๐	๙๓.๘๗	๑๔๒.๙๖	๑๙๗.๑๗	๕๓๙.๑๖
รวมเงินลงทุนภาครัฐ	๔๓๙.๗๖	๔๖๕.๔๐	๔๙๓.๘๗	๕๔๒.๙๖	๕๙๗.๑๗	๒,๕๓๙.๑๖

๖. ความเห็นหรือความเห็นชอบ/อนุมัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ไม่มี

๗. ข้อกฎหมายและมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง

มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๒ ธันวาคม ๒๕๕๗ เห็นชอบให้ทบทุนมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๗ (เรื่อง ข้อเสนอของนายกรัฐมนตรี) ด้านการต่างประเทศจากเดิม “ในกรณีที่ส่วนราชการหรือหน่วยงานต่าง ๆ จะไปประชุมระดับนานาชาติและจะเสนอตัวให้ประเทศไทย เป็นเจ้าภาพการจัดงานหรือการประชุมระดับนานาชาติต่าง ๆ ขอให้เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติ หรือให้ความเห็นชอบก่อนและให้รายงานผลให้คณะรัฐมนตรีทราบในโอกาสแรก” เป็น “ในกรณีที่ส่วนราชการ หรือหน่วยงานต่าง ๆ จะเสนอตัวให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงานหรือการจัดประชุมระดับนานาชาติ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมระดับรัฐมนตรีหรือระดับผู้นำประเทศขึ้นไปให้เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติ หรือให้ความเห็นชอบก่อน และให้รายงานผลให้คณะรัฐมนตรีทราบในโอกาสแรก ยกเว้นการประชุมระดับ ทวิภาคีหรือพหุภาคีภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่มีอยู่ ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกหมุนเวียน เป็นเจ้าภาพ”

/ส. ข้อเสนอ ...

๘. ข้อเสนอของส่วนราชการ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดย ททท. ขอเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา ดังนี้

๘.๑ รับทราบผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย

๘.๒ เห็นชอบในหลักการให้ประเทศไทยเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลดนตรี Tomorrowland ในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๕ (๕ ปี) และขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐจำนวน ๒,๐๐๐ ล้านบาท (สองพันล้านบาทถ้วน) ทั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดย ททท. จะขอรับจัดสรรงบประมาณตามขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณานำเสนอคณะรัฐมนตรีต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายสรพงศ์ เทียนทอง)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ฝ่ายกิจกรรม

โทร. ๐ ๒๒๕๐ ๕๕๐๐ ต่อ ๓๔๖๕-๘

โทรสาร ๐ ๒๒๕๓ ๗๔๓๓