

TCEB

NEWSLETTER

www.tceb.or.th • Issue 38 • Sep-Oct 2014

TCEB CALL CENTER 1105



'Thailand
CONNECT The World'



4-7

'THAILAND CONNECT THE WORLD' BRAND COMMUNICATIONS CAMPAIGN 2015 HIGHLIGHTING THAILAND'S LINKAGES BETWEEN GLOBAL TRADE AND BUSINESS OPPORTUNITIES IN ASIA



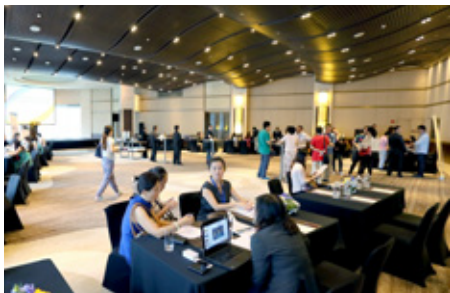
8-11

BANGKOK-KHON KAEN MEDIA FAM TRIP EXPLORING CHARMING ISAAAN, A MICE DESTINATION



12-13

'TOP OF THE MIND' MEETINGS DESTINATION IN ASIA TARGETED SETTING A STRATEGY TO BOOST QUALITY MICE TRAVELLERS



14-15

PROMOTING THAILAND'S READINESS TO THE CHINESE MICE MARKET



16-17

ASIA'S MICE YOUNG LEADERS FORUM HUGE TRENDS RESHAPING ASIA'S MICE INDUSTRY



18-19

PENETRATING THE RUSSIAN AND UKRAINIAN MICE MARKETS INTERNATIONAL NETWORK CREATED



20

DINNER TALK ON IMPROVING CONFIDENCE



THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

TCEB Newsletter

Corporate Communications Division
Marketing and Corporate Image Department

Editorial Staff:

Director: Parichat Svetasreni

Senior Manager: Arisara Thanuplang

Manager: Pishnu Plaikaew

Manager: Kanokwan Kadeedang

Executive: Kwanchanok Otton

Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)

Siam Tower, 12B and 26 Floor,
989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok
10330

Tel: +66 2 694 6000

Fax: +66 2 658 1411

E-mail: info@tceb.or.th

TCEB CALL CENTER 1105

President: Pana Janviroj

Editor: Patcharee Lueng-uthai

E-mail: patcharee@nationgroup.com

Contributors: Suchat Sritama,
Kwanchai Rungfapaisarn

Copy Editor: The Nation's sub-editors

Art Director: Niphon Appakarn

Photos: TCEB, Nation photographers

Vice President – Supplement:

Ratchanee Kaewyai

Tel: (02) 338 3563

E-mail: ratchanee@nationgroup.com

Publisher: Nation Multimedia Group Plc
on behalf of Thailand Convention & Exhibition
Bureau (TCEB)

1854 Bangna-Trat Rd, Bangna, Bangkok 10260
Thailand

Printed by: WPS (Thailand)

165/7 Moo 4, Bangna-Trat Rd Km 29.5, Bang
Bo, Samut Prakan 10560

Tel: (02) 338 3000



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่านวารสาร ทีเส็บ ทุกท่าน

ทีเส็บ เริ่มต้นปีงบประมาณ 2558 (ตุลาคม 2557-กันยายน 2558) ด้วยการสร้างสรรค์แคมเปญการสื่อสารแบรนด์ประเทศไทยประจำปี 2558 ‘Thailand CONNECT The World’ ซึ่งได้เปิดตัวในงาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2014 ท่ามกลางนักเดินทางกลุ่มไมซ์และสื่อมวลชนนานาชาติจำนวน 2,657 คน จาก 57 ประเทศทั่วโลกที่เข้าร่วมงาน

“Thailand CONNET the World” เป็นแคมเปญสื่อสารที่พัฒนาต่อยอดกลยุทธ์สื่อสารตลาด ‘Thailand CONNECT’ โดยมุ่งส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมโยงธุรกิจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกไปสู่ความสำเร็จ ด้วยศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่พร้อมเชื่อมต่อทุกความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ในระดับโลก เน้น 3 แกนหลักที่ขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ ได้แก่ จุดหมายปลายทาง, โอกาสทางธุรกิจ, และ บุคลากรมืออาชีพ โดยเฉพาะความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายคมนาคม และโทรคมนาคมสื่อสารทันสมัย รวมถึงนำเสนอความเป็นสุดยอดของโลกในด้านต่างๆ

ขณะเดียวกัน ทีเส็บ จัดกิจกรรม Thailand CONNECT 2014: Isan Indulgence Media Familiarization Trip ภายใต้โครงการ Thailand’s MICE UNITED: พันพู่เศรษฐกิจไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์ เมื่อต้นเดือนกันยายนที่ผ่านมา นำสื่อมวลชนต่างประเทศด้านอุตสาหกรรมไมซ์กว่า 40 ราย สัมผัสประสบการณ์ตรงกับสองจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับการจัดงานไมซ์ คือ กรุงเทพมหานคร และขอนแก่น

นอกจากนี้ ทีเส็บได้จัด Meetings Industry Day เพื่อให้ผู้ประกอบการไมซ์ได้รับทราบถึงแผนดำเนินงานส่งเสริมธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมนานาชาติ ภายใต้วิสัยทัศน์องค์กรที่มุ่งเน้นผลักดันประเทศไทยไปสู่การเป็น Top of Mind ของจุดหมายปลายทางการจัดกิจกรรมไมซ์อย่างยั่งยืนในภูมิภาคเอเชีย สำหรับกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ ทีเส็บ จัดโรดโชว์ ณ มหานครเซี่ยงไฮ้ และเข้าร่วมงานเทรดโชว์ CIBTM ณ กรุงปักกิ่ง เพื่อขยายเครือข่ายไมซ์ในประเทศจีนซึ่งเป็นตลาดไมซ์ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย

รัสเซีย ก็ถือเป็นอีกตลาดเป้าหมาย ซึ่งทีเส็บ นำทีมผู้ประกอบการไมซ์ไทยจัดโรดโชว์ ณ กรุงมอสโก สหพันธรัฐรัสเซีย และต่อยอดจัดงาน Networking Events ณ เมืองโนโวซีบีปส์ สหพันธรัฐรัสเซีย และ กรุงเคียฟ สาธารณรัฐยูเครน เพื่อสร้างการรับรู้ศักยภาพประเทศไทยสำหรับการจัดงานไมซ์ เพิ่มโอกาสทางการตลาดและทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทยขยายสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในภูมิภาคยุโรป

ปีนี้ ทีเส็บ และสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมแห่งภูมิภาคเอเชีย (AACVB) ได้เป็นเจ้าภาพจัดงาน The 7th Asia for Asia: Rock the Generations ซึ่งเป็นเวทีที่ผู้นำรุ่นใหม่และดาวรุ่งของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชียเข้าร่วมเสวนา 5 แนวโน้มสำคัญที่กำลังเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคตและส่งผลกระทบต่อเอเชียที่ท่านผู้อ่านสามารถติดตามเทรนด์มิซ์เอเชียได้ในเล่มครับ

สำหรับในปี 2558 นั้นทีเส็บตั้งเป้านักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 1,036,300 คน สร้างรายได้กว่า 106,780 ล้านบาท โดยเอเชียยังคงเป็นตลาดหลักสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

TCEB started the 2015 fiscal year (October 2014-September 2015) with the creation of a brand communication campaign “Thailand CONNECT The World”. This was introduced to participants of the IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2014 trade show.

TCEB has developed the ‘Thailand CONNECT The World: Global Businesses and Local Experts Link to Boost Business Events Success’ brand communications campaign, building on Thailand’s 2014 brand campaign. It is in line with the government’s policy to restore and maintain confidence in Thailand and especially in the MICE industry.

Thailand has the readiness to ensure the success of global MICE business through 3 major pillars that are designed to drive industry growth --destinations, business opportunities and professionals. The country is also ready in terms of infrastructure, offering an efficient transportation networks and an advanced communication system as well as several other advantages.

Meanwhile, TCEB has organised Thailand CONNECT 2014: Isan Indulgence Media Familiarization Trip, allowing more than 40 members of the international press to visit two leading destinations for MICE events: Bangkok and Khon Kaen.

In addition, the TCEB held an annual Meetings Industry Day, inviting MICE operators to learn about operating plans for the meetings, incentives and conventions and its corporate vision of turning Thailand into the ‘Top of the Mind’ location for the sustainable meetings industry in Asia.

In terms of overseas activities, TCEB organised the Thailand CONNECT Shanghai MICE Road Show 2014 and also participated in CIBTM 2014 in Beijing. Both events aimed to expand the MICE network in China, which is Thailand’s largest MICE market.

Russia is another target market. TCEB in partnership with Tourism Authority of Thailand and Thai Airways International led a group of Thai MICE entrepreneurs in organising a road show in the Russian capital, Moscow. The trip was then extended to cover Networking Events in Novosibirsk, Russia and Kiev in the Ukraine.

These activities were designed to create awareness of Thailand’s potential as a preferred destination for meetings and incentives, to increase marketing and business opportunities for the Thai operators as well as to expand into emerging markets.

This year, TCEB in collaboration with the Asian Association of Convention and Visitor Bureaus (AACVB), hosted The 7th Asia for Asia: Rock the Generations, which is a panel discussion among the young and emerging stars of Asia’s MICE industry to address five key trends that are reshaping the future MICE industry and their impact on Asia. Readers can find more information about Asia’s MICE trends in this publication.

In 2015, the bureau expects to attract 1,036,300 MICE travellers, generating more Bt106.78 billion. Asia remains the major market for Thailand’s MICE industry.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President
Thailand Convention and Exhibition Bureau

'Thailand CONNECT The World: GLOBAL BUSINESSES AND LOCAL EXPERTS LINK TO BOOST BUSINESS EVENTS SUCCESS'



“Thailand CONNECT The World” แคมเปญสื่อสารแบรนด์โมชไทยปี 2558 ชูไทยเชื่อมโยงการค้าโลกกับโอกาสธุรกิจในเอเชีย



ภายหลังจากประสบความสำเร็จในการริเริ่มแบรนด์ประเทศไทย Thailand CONNECT: Your Global Business Events Connections หรือ ประเทศไทยเชื่อมโยงธุรกิจระดับโลก เพื่อความสำเร็จในการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า เมื่อปีที่ผ่านมา ที่เส็บ ได้ยกระดับไปสู่แคมเปญการสื่อสารแบรนด์ ในปี 2558 ‘Thailand CONNECT the World’ มุ่งเน้นส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมโยงธุรกิจโลกไปสู่ความสำเร็จด้วยศักยภาพของอุตสาหกรรมโมชไทย

ที่เส็บ ถือโอกาสเปิดตัวแคมเปญสื่อสารแบรนด์ประเทศไทยสำหรับตลาดต่างประเทศปี 2558 ‘Thailand CONNECT the World’ ในงาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2014 -- งานเทรดโชว์ด้านการประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก -- ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 30 กันยายน – 2 ตุลาคม 2557 ณ บางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ โดยประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพการจัดงานต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 13 โดยมีนักเดินทางกลุ่มโมชและสื่อมวลชนนานาชาติ 2,657 คน จาก 57 ประเทศทั่วโลกเข้าร่วมงาน

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เส็บ เปิดเผยว่า ภายใต้แคมเปญสื่อสารแบรนด์ประเทศไทยในปี 2558 หรือ Thailand CONNECT the World ที่เส็บ ยังคงเน้นจุดแข็งในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโมชผ่าน 3 แกนหลัก ได้แก่ จุดหมายปลายทาง, โอกาสทางธุรกิจ, และ บุคลากรมืออาชีพ แต่ได้พัฒนาแคมเปญ Thailand CONNECT ให้ครอบคลุมศักยภาพที่โดดเด่นของประเทศไทย โดยเฉพาะในเรื่องความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานทั้งโครงข่ายคมนาคม และโทรคมนาคม สื่อสารทันสมัย รวมถึงนำเสนอความเป็นสุดยอดในด้านต่างๆ

ด้านจุดหมายปลายทาง นำเสนอการเป็นนครหลวงแห่งความทันสมัย สวรรค์แห่งการจัดงานโมชระดับโลก และประตูสู่ศักยภาพการค้า โดยประเทศไทยมีความพร้อมทั้งสถานที่จัดงาน บริการและกิจกรรมต่างๆ รองรับการจัดงานโมชได้ตลอด 365 วัน และ 24 ชั่วโมง มีการขยายโครงข่ายคมนาคมเชื่อมโยงในภูมิภาค และการเชื่อมต่ออย่างไร้ขีดจำกัดผ่านเครือข่ายระบบโทรคมนาคมทันสมัย 3G/4G LTE ครอบคลุมร้อยละ 98 ของพื้นที่ทั่วประเทศ ตลอดจนการบริการ Wi-Fi บนเครื่องบิน การบินไทยและนกแอร์

นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับกิจกรรมโมชที่เลือกได้ตามความต้องการ หรือ ธุรกิจโมชแบบ D.I.Y. (Do Itinerary Yourself) ด้วยความหลากหลายของสถานที่ กิจกรรม และบริการต่างๆ ที่นักเดินทางกลุ่มโมชสามารถเลือกสรรได้ตามต้องการ

ด้านโอกาสทางธุรกิจ นำเสนอศักยภาพการลงทุนไร้พรมแดน และโอกาสทางธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก ด้วย 3 ปัจจัยหลักคือ เป็นตลาดเสรีทางการค้าขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ทั้งการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่กำลังเติบโต

และเป็นศูนย์กลางโอกาสทางธุรกิจขนาดใหญ่ที่สุดในโลกด้วยจำนวนประชากรกว่า 3,358 ล้านคนใน 16 ประเทศผ่านกรอบความร่วมมือทั้งระดับภูมิภาคและพหุภาค อาทิ RCEP (Regional Comprehensive Economic Partnership), RCI (Regional Cooperation and Integration), BIMSTEC (Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation) และ APEC (Asia Pacific Economic Cooperation)

ประเทศไทยยังศูนย์กลางธุรกิจระดับนานาชาติ และเป็นผู้ผลิตในภาคอุตสาหกรรมการค้าและการลงทุนสำคัญของโลกที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเปิดตลาดภายใต้ข้อตกลงทางการค้าใหม่ล่าสุดของโลกเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ ได้แก่ ข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยและสหภาพยุโรป (EURO), ไทยกับสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EFTA) และล่าสุดข้อตกลงไทยกับ BIMSTEC และไทยกับชิลี

ยิ่งกว่านั้น ประเทศไทยยังศูนย์กลางรองรับการเชื่อมต่อเพื่อความสำเร็จที่ไม่เป็นรองใคร โดยประเทศไทยเป็นที่ตั้งของหน่วยงานรัฐบาลนานาชาติและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมโลกหลายหน่วยงาน อาทิ องค์การสหประชาชาติประจำภูมิภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific: UNESCAP), องค์กรนิรโทษกรรมสากล (Amnesty International), สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programs: UNDP), องค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (UNICEF), สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) และสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (Global Business Travel Association : GBTA) เป็นต้น

ในขณะที่**ด้านบุคลากรมืออาชีพ** นำเสนอความสำเร็จด้วยประสิทธิภาพของบุคลากรมืออาชีพ กับความเป็นเลิศใน 3 ด้านคือ การบริการมาตรฐานโลกด้วยรอยยิ้มแห่งสยามเพื่อความสำเร็จแบบไร้ขอบเขตจำกัด พันธมิตรทางธุรกิจจากองค์กรภาครัฐและเอกชนทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง และหลักสูตรโมชระดับโลกสำหรับผู้บริหารธุรกิจโมชรุ่นใหม่ โดยพัฒนาหลักสูตรโมชมาตรฐานสากลสำหรับสถาบันการศึกษา และการริเริ่มหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับอาจารย์ผู้สอน

สำหรับผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2557 ประเทศไทยได้มีโอกาสต้อนรับจำนวนนักเดินทางกลุ่มโมช 918,530 คน สร้างรายได้เข้าประเทศ 79,600 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่เราได้วางไว้ สำหรับในปี 2558 นั้นที่เส็บตั้งเป้านักเดินทางกลุ่มโมชจำนวน 1,036,300 คน สร้างรายได้กว่า 106,780 ล้านบาท โดยเอเชียยังคงเป็นตลาดหลักสำหรับอุตสาหกรรมโมชไทย

Thailand



'THAILAND CONNECT THE WORLD' BRAND COMMUNICATIONS CAMPAIGN 2015 HIGHLIGHTING THAILAND'S LINKAGES BETWEEN GLOBAL TRADE AND BUSINESS OPPORTUNITIES IN ASIA

Following on from the success of its Thailand brand "Thailand CONNECT: Your Global Business Events Connections" launched last year TCEB is expanding its reach, developing the brand into "Thailand CONNECT The World", a communications campaign for 2015 that aims to promote Thailand as global business and expert link in boosting business events success.

TCEB took the opportunity to introduce its 2015 brand communications campaign "Thailand CONNECT the World" at the IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2014, the largest trade shows in incentive travels, conventions and meetings, and corporate travel world in Asia Pacific. The world's only double-bill event was held from September 30 to October 2 at Bangkok Convention Centre at CentralWorld Bangkok and marked the 13th consecutive occasion on which Thailand was chosen as the host country. The event attracted 2,657 delegates and international media from 57 countries.

TCEB President Mr. Nopparat Maythaveekulchai, says that while the new campaign maintains the bureau's emphasis on the three key drivers for growth - destinations, business opportunities and professionals - Thailand

CONNECT also highlights the readiness of the country's infrastructure including transportation networks and the advanced communications system while showcasing its best aspects.

In terms of destinations, the bureau introduces Thailand as a modern metropolis, the world's business events paradise and a gateway to borderless business potential. The country has the event venues, the management and various activities to facilitate events 365 days a year and 24 hours a day. It has extensive transport network links in the region and seamless connectivity via 3G/4G LTE systems with 98-per-cent national coverage. Wi-Fi services are also available on flights offered by Thai Airways International and Nok Air.

In addition, Thailand is a destination for D.I.Y (Do Itinerary Yourself) with a diversity of destinations, activities and services from which MICE travellers can choose to suit their needs.

In terms of business opportunities, the campaign demonstrates that Thailand has borderless business potential and is the world's biggest marketplace for opportunities. This is thanks to 3 major factors: 1. Thailand is the world's biggest free trade marketplace. Its membership of the upcoming

ASEAN Economic Community (AEC) places it at the centre of major business opportunities, reaching a regional population around 3.35 billion in 16 countries through such bilateral and multilateral collaborative frameworks as the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), the Regional Cooperation and Integration (RCI), the Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation (BIMSTEC), and the Asia Pacific Economic Cooperation (APEC).

In addition, Thailand is an international commercial hub and a leading producer in several global industries including automotive, electric & electronics, food, and gems & jewellery, all of which are recognised and supported by the government for future growth.

Thailand's market is based on the latest trade agreements for business success including the Thailand-EU Free Trade Area Agreement (FTA), the Thailand and Europe Free Trade Association (EFTA) Free Trade Agreement, as well as updated agreements with BIMSTEC and Chile.

Moreover, Thailand is an interconnecting hub for unparalleled success. The country is home to leading international government and non-profit organisations that play a vital role in driving the global economy and society,

among them the United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UN-ESCAP), Amnesty International, the United Nations Development Programme (UNDP), UNICEF, and the Global Business Travel Association (GBTA).

On the human resource side, the campaign introduced Thailand's proficient professionals and highlighted their three main attributes: The world's best service standards with a Siamese smile for seamless success; business alliances with relevant public and private sectors; and a globally certified programme for young MICE leaders as well as teacher training initiatives.

In fiscal year of 2014 (October 2013-September 2014), Thailand has welcomed a total of 918,530 overseas MICE visitors generating total revenue of US\$ 2.65 billion. Looking ahead, TCEB forecasts that the launch of Thailand CONNECT The World campaign together with other market initiatives will enable Thailand to welcome 1,036,300 business events visitors (a 17 per cent increase from 2014 targets), earning the Thai economy a total of US\$ 3.55 billion (a 22 per cent increase from 2014 targets).

THREE KEY STRENGTHS FOR GROWTH

Destinations: Modern metropolis, the world's business events paradise

- The world's most desired happy hours for business
 - 24/7 Happy itinerary
 - 365 business events in sense of season
- The world's most advanced connectivity components
 - Connectivity capital
 - Wireless business events
- The world's most amendable & delightful destination
 - D.I.Y. business events (do itinerary yourself)

Business opportunities: Borderless business potential

- The world's biggest market of opportunities
- Regional integration for global opportunities
- The world's leading industry
 - Automotive Industry

- Electric & Electronics Industry
- Food Industry
- Gems & Jewellery Industry
- Gift & Decorative Items Industry
- Healthcare, Beauty & Spa Industry

- The world's newest business agreements for advancement of your achievements
 - New connections with progress of profitable agreements

- The world's most interconnected hub for your unparalleled success
 - Home to international government and non-profit organisations
 - New opportunities for links and synergy
 - Business events by government

People: Success with proficient professionals

- The world's best workforce with global-minded service
 - Globalised service with local flexibility

ISAN Media Fam Trip



กรุงเทพฯ-ขอนแก่น มีเดียแฟมทริป เปิดประสบการณ์เส้นทางไมซ์แดนอีสาน

ทำ

เสіб จัดกิจกรรม Thailand CONNECT 2014: Isan Indulgence Media Familiarization Trip ภายใต้โครงการ Thailand's MICE UNITED : ฟัฒนาศะฐกัฏไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์ ระหว่างวันที่ 7-11 กันยายน 2557 นำสื่อมวลชนต่างประเทศด้านอุตสาหกรรมไมซ์กว่า 40 ราย สัมผัสประสบการณ์ตรงกับกิจกรรมอันหลากหลายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดขอนแก่น หนึ่งในกลยุทธ์ที่ฟัฒนาศะฐกัฏไทย สร้างความเชื่อมั่นนานาชาติ และตอกย้ำศักยภาพในฐานะจุดหมายปลายทางของการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับภูมิภาค

นายเสิบ วรธรรมเสิบ อธิบดีกรมสารนิเทศ กระทรวงต่างประเทศ กล่าวว่า สถานการณ์ในประเทศไทยขณะนี้มีความสงบและความปลอดภัยซึ่งสะท้อนได้จากความพึงพอใจของประชาชนทั่วไปและแวดวงธุรกิจ ดังนั้น จึงเป็นเวลาที่เหมาะสมในการแสดงให้เห็นถึงปัจจัยพื้นฐานของประเทศไทยที่แข็งแกร่ง และเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว ในขณะที่นโยบายหลักของรัฐบาลกำลังถูกผลักดัน เช่นโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งในภูมิภาคอาเซียน

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังดึงดูดนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาสร้างโอกาสทางธุรกิจเนื่องจากเป็นประตูอาเซียนซึ่งเป็นตลาดที่มีประชากรรวมกันกว่า 600 ล้านคน โดยประเทศไทยยังคงเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคที่มีการเจริญเติบโต มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ผู้คนเป็นมิตร สถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก และเป็นสถานที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์สำหรับการทำธุรกิจในอาเซียน

นายณพนธ์ เมธานุรักษ์ ผู้อำนวยการ ทีเส็บ กล่าวว่า ด้วยความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และสมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ จัดกิจกรรมนี้ขึ้นเพื่อให้สื่อมวลชนจากทั่วโลกมาสัมผัสประสบการณ์ความมีชีวิตชีวาของสองจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับการจัดงานไมซ์ คือกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์กลางการ

เชื่อมโยงการค้าการลงทุนในภูมิภาค และขอนแก่นซึ่งเป็นประตูอินโดจีนและทางตอนใต้ของจีน นายศุภศิรย์ สิทธิวินิช รองผู้อำนวยการด้านสื่อสารการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า ททท. มีบทบาทให้การสนับสนุนอย่างจริงจังโดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ตลอดจนการดึงดูดนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีศักยภาพมายังประเทศไทยให้มากขึ้น

ทั้งนี้ ขอนแก่นได้กลายเป็นเมืองที่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางสำหรับการจัดงานไมซ์เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ในกลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความสะดวกสบายในการคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ศักยภาพของสถานที่จัดงาน โรงแรมที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และเป็นประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

ด้านนายชาติ ภูมิรัตนตร ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการขายประเทศไทย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) การบินไทยตระหนักถึงความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมไมซ์มาโดยตลอดและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่น สำหรับตลาดที่พัฒนาแล้ว ธุรกิจไมซ์ยังมีการเจริญเติบโตเพราะทั้งผู้ประกอบการและผู้ซื้อยังคงมีความเชื่อมั่นในจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ของประเทศไทย

การบินไทยเชื่อว่า การผนึกกำลังระหว่าง ทีเส็บ กับ พันธมิตรต่างๆ จะสร้างความเชื่อมั่นและฟื้นฟูภาพลักษณ์ประเทศไทยให้คงเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับธุรกิจไมซ์ ซึ่งทางการบินไทย ยืนยันที่จะให้การสนับสนุนเพื่อความสำเร็จของโครงการ ไม่ว่าจะเป็นโปรโมชัน การจัดโรดโชว์ และการสนับสนุนบัตรโดยสารการบินทางอากาศ หรือบัตรราคาพิเศษในเส้นทางที่บริษัทฯ ทำการบิน ขณะที่ นายชาย ศรีวิกรม์ นายกสมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ กล่าวว่า ย่านราชประสงค์เป็นหัวใจสำคัญของย่านการค้าในกรุงเทพฯ โดยเป็นศูนย์รวมธุรกิจอย่างคึกคัก การ



ท่องเที่ยว และไลฟ์สไตล์มากมาย

นอกจากนี้ ย่านราชประสงค์ยังเป็นศูนย์กลางสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ เติบโตด้วยสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดงานโดยมีพื้นที่มากกว่า 420,000 ตารางเมตร ของทั้ง 7 โรงแรมหรู เช่นทاراแกรนด์แอทเซ็นทรัลเวิลด์ โพรซีชั่นส์ กรุงเทพฯ แกรนด์ไฮแอทเอราวัณ อินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ โนวเทล กรุงเทพ แพลตตินัม ประตูน้ำ เรนสซองส์ กรุงเทพฯ ราชประสงค์ และ เซ็นต์ รีจิส กรุงเทพฯ โดยมีจำนวนห้องพักรวมกันถึง 3,648 ห้อง

ย่านราชประสงค์ยังเป็นที่รู้จักทางด้านสินค้าไลฟ์สไตล์ตั้งแต่ไฮเอนด์ไปจนถึงการค้าส่ง มีแบรนด์ไทยที่มีชื่อเสียงในระดับสากล ภัตตาคาร และสปา รองรับผู้มาเยือนโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักธุรกิจและนักเดินทางกลุ่มไมซ์

ที่เส็บ ยังนำเสนอให้เห็นถึงการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ในกรุงเทพมหานคร โดยมีโรงแรมเปิดใหม่ทั้งเครือโรงแรมต่างประเทศ และบูติกโฮเทล ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ย่านเพลินจิต/สุขุมวิท สिलม/สาทร และริมแม่น้ำเจ้าพระยา ระหว่างปี 2556-2557 มีการพัฒนาโครงการชุมชนนาคม และการขยายพื้นที่การจัดประชุมระดับโลกของศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค

นอกจากนี้ ยังมีแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น แหล่งช้อปปิ้งระดับโลกเปิดใหม่เมื่อเร็วๆ นี้คือ เซ็นทรัลเอ็มบาสซี่ และโครงการช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์และไลฟ์สไตล์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ อาทิ ดิสทริค-เอ็ม บางกอกมอลล์ โอคอนสยาม และเอเชียทีคเวิลด์ฟรอนท์ แห่งที่ 2

ส่วนขอนแก่น ซึ่งได้ประกาศเป็นเมืองไมซ์ล่าสุด เป็นศูนย์กลางสำหรับการจัดประชุมสัมมนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยขณะนี้ ขอนแก่นกำลังดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ซึ่งระยะที่ 1 (2556) เป็นการเร่งขยายอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ ระยะที่ 2 (2557-2558) ปรับปรุงมาตรฐานไมซ์รองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ ระยะที่ 3 (2559) เปิดตลาด

ไมซ์ในภูมิภาคอาเซียน และพัฒนาศักยภาพเพื่อส่งเสริมแนวเส้นทางเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC)

ขอนแก่นมีโรงแรมที่พักให้เลือกหลากหลายตามความต้องการและงบประมาณ สามารถรองรับนักเดินทางกลุ่มทางไมซ์จำนวนมากได้ อีกทั้งความพร้อมของสนามบินนานาชาติ และสถานที่จัดการประชุม ปีที่ผ่านมา ขอนแก่นมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศจำนวน 692,292 คน สร้างรายได้ให้จังหวัดเป็นมูลค่า 33.92 ล้านบาทหรือ 33.92 ล้านบาท (ประมาณ 1,020 ล้านบาท)

การจัดแฟมทริปครั้งนี้ ที่เส็บ ได้จัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ งานเลี้ยงต้อนรับคณะสื่อมวลชนพร้อมการแสดงสุดประทับใจ ‘หุ่นละครเล็ก โจหลุยส์’ การแถลงข่าวเปิดกิจกรรม “Thailand CONNECT 2014 : Isan Indulgence Media Familiarization Trip” อย่างเป็นทางการ ภายใต้การนำทีมภัณฑกรภัคภัทราภิรักษ์ นาคณะสื่อมวลชนรับฟังแผนการพัฒนาโครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากทีมผู้บริหารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รับฟังข้อมูลความพร้อมของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และการรับฟังข้อมูลพร้อมรับชมการแสดงมวย ไทย ไลฟ์เดอะ สี่เจ็ดดิสโก้ ซึ่งบริหารโครงการโดยบริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์แอนด์ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เฟลิตเพลนกับกิจกรรมไทยๆ ที่ เดอะเพนินซูลา อะคาเดมี่ ณ โรงแรม เพนินซูลา กรุงเทพฯ

สำหรับขอนแก่น คณะสื่อมวลชนได้มีโอกาสร่วมกิจกรรม CSR “SHELVES for CHILDREN” มอบหนังสือให้แก่วรรณคดีบ้านหนองโนประชานุเคราะห์ เยี่ยมชมและสักการะศาลหลักเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อความเป็นสิริมงคล สัมผัสขนบธรรมเนียมประเพณีอีสาน กับพิพิธภัณฑสถาน และ ศึกษาประวัติศาสตร์เมืองขอนแก่น ชื่นชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และข้าวของเครื่องใช้สมัยโบราณ ณ พิพิธภัณฑ์โฮงมั่งเมืองขอนแก่น



BANGKOK-KHON KAEN MEDIA FAM TRIP EXPLORING CHARMING ISAAN, A MICE DESTINATION

From September 7 to 11, 2014, TCEB led 40 international media covering the MICE industry to Bangkok and Khon Kaen Province in the "Thailand CONNECT 2014: Isaan Indulgence Media Familiarization Trip", a project falling under the umbrella of Thailand's MICE UNITED campaign.

The trip was one of strategies designed to revive Thailand's image, restore international confidence in the country and reaffirm its potential as a preferred destination for MICE events in Asia.

Mr. Sek Wannamethee, Director-General, Department of Information, and Spokesperson for the Ministry of Foreign Affairs, noted that the situation in Thailand is now peaceful and secure, as reflected in the satisfaction of both the public and business community. The timing was thus perfect to showcase Thailand's strong fundamentals and resilient economy.

Key government policies including major infrastructures projects are being expedited to enhance Thailand's position as the logistics hub of ASEAN while foreign investors are being encouraged to establish business opportunities in Thailand, which is a gateway to ASEAN, a market with a population of more than 600 million.

Mr. Sek emphasised that Thailand remains a regional hub, a vibrant, multi-cultural society with friendly people, a world-class tourist destination, and a strategic location for profitable business in ASEAN.

Speaking at a press conference focusing on the Thailand CONNECT 2014 - Isaan Indulgence Media Familiarisation Trip, TCEB President Mr Nopparat Maythaveekulchai revealed that the bureau was collaborating with the Tourism Authority of Thailand, Thai Airways International and the Ratchaprasong Square Trade Association in hosting the Fam Trip to allow media from around the world to experience the vibrancy of two of Thailand's foremost MICE destinations – Bangkok, the capital of regional trade and

investment connectivity and Khon Kaen, a gateway to Indochina and South China.

Mr. Sugree Sithivanich, Deputy Governor for Marketing Communications, Tourism Authority of Thailand (TAT) added that the TAT was playing an active role in supporting the industry, especially in terms of activities to promote the positive image and readiness of the nation's MICE sector as well as drawing potential MICE tourists to the country.

Khon Kaen has emerged as a city with great potential to cater for MICE events due to its location in the heart of the Northeast region, convenience of transportation, the facilities and capabilities of the event venues as well as accommodation, tourist attractions, and connectivity to neighbouring countries.

Mr. Charles Pamonmontri, Director of Thailand Sales Services Department, Thai Airways International Public Company Limited, noted that THAI had long recognised the strategic importance of the MICE industry and continuously supported the sector.

He pointed out that the most important factor for driving growth in the industry was confidence. In developed markets, MICE businesses continue to flourish because of the confidence of both entrepreneurs and buyers in Thailand's MICE destinations.

THAI believes that the unity between TCEB and its strategic partners will help boost the confidence and restore the country's image as a premier MICE destination. THAI was committed to leveraging the success of the campaign by supporting the promotions and road shows and offering complimentary or specially-priced air tickets on routes serviced by its flights.

For his part, Mr. Chai Srivikorn, President of Ratchaprasong Square Trade Association (RSTA), explained that Ratchaprasong is considered 'the Heart of Bangkok', thanks to its combination of bustling businesses, transcendent



tourism and lifestyle attractions.

The district is also a centre for MICE activities, with ample venues and facilities of up to 420,000 sqm provided by seven luxury hotels, namely Centara Grand at Central World, the Four Seasons Hotel Bangkok, the Grand Hyatt Erawan Bangkok, the InterContinental Bangkok, the Novotel Bangkok Platinum Pratunam, the Renaissance Bangkok Ratchaprasong Hotel, and the St Regis Bangkok, which together offer a total of 3,648 rooms.

Ratchaprasong is also well-known for lifestyle products ranging from high-end to wholesale and internationally recognised local brands as well as for its restaurants and spas, which cater to discerning business people and MICE travellers.

TCEB also noted that Bangkok has many new products and services to offer. For example, several new hotels opened in the Ploenchit/Sukhumvit, Silom/Sathorn and Chao Phraya Riverside areas in 2013 and 2014. In addition, efficient transport networks continued to be developed and BITEC's world-class convention and exhibition centre is undergoing expansion. New tourist attractions include the recently opened Central Embassy and such soon-to-be-completed shopping complexes and entertainment centres as District-Em and Bangkok Mall, Icon Siam and the second Asiatique the Riverfront project.

Khon Kaen, the latest MICE City, meanwhile, is a hub for meetings and seminars in the northeast region. The city is currently implementing the three phases of its strategic development plan. The first phase (2013) focused on the acceleration of the domestic MICE industry. The second phase (2014-2015) aims to improve Khon Kaen MICE standards in preparation for the ASEAN Economic Community (AEC); and the third phase (2016) will explore the MICE market in ASEAN and enhance capabilities to support the East-West Economic Corridor.

Khon Kaen also provides a wide range of accommodation to suit every need and budget and has adequate capacity to serve a large number of MICE travellers. The province also boasts an international airport and first-class event venues.

Last year, Khon Kaen welcomed 692,292 local and international MICE visitors, generating revenue of US\$33.92 million (approximately Bt1.02 billion).

TCEB organised many activities for participants of the media Fam Trip including a welcome party featuring a performance by the impressive Joe Louis traditional Thai puppet troupe, a press conference on the Thailand CONNECT 2014: Isaan Indulgence Media Familiarization Trip and the official launch of the event under the Thailand's MICE United campaign,. Other activities included a press briefing on the Suvarnabhumi Airport Development Plan from the airport management. TCEB also provides the stage for Queen Sirikit Convention Centre to present a readiness and potential of its venue to serve MICE business travellers together with showcase from MUAY THAI LIVE –Thai legend boxing performance which operated by NCC Management and Development co.,ltd. Furthermore, the media group also enjoyed Thai-style activities at The Peninsula Academy, The Peninsula Bangkok.

In Khon Kaen, the media had a chance to participate in a CSR activity "Shelves for Children", contributing bookshelves to Baan Nong No Prachanukroh School. They also visited and paid respect to the shrine of Khon Kaen city pillar for luck.

They experienced Isaan traditions through a Thai blessing ceremony, learned the history of Khon Kaen, and explored the old way of life and ancient artefacts at Hong Mun Mang or Khon Kaen City Museum.

THAILAND: MORE THAN READY



บันไทยเป็น Top of Mind อุตสาหกรรมการประชุมแห่งเอเชีย วางกลยุทธ์เพิ่มนักเดินทางกลุ่มไมซ์คุณภาพ

เวทีการประชุมประจำปีครั้งที่ 5 Meetings Industry Day เมื่อต้นเดือนกันยายนที่ผ่านมา ที่เส็บ เผยวิสัยทัศน์องค์กรเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย มุ่งเน้นผลักดันประเทศไทยไปสู่การเป็น Top of Mind ของจุดหมายปลายทางจัดการกิจกรรมไมซ์อย่างยั่งยืนในภูมิภาคเอเชีย วางแผนกลยุทธ์การตลาดปี 2558 เจาะกลุ่มนักเดินทางที่มีคุณภาพและมีการใช้จ่ายสูงในกลุ่มประเทศเป้าหมาย

นายพนรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เส็บ เปิดเผยว่า การจัดการกิจกรรม Meetings Industry Day ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นเวทีสำคัญในการแถลงแผนการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมนานาชาติในประเทศไทย พร้อมถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดังกล่าว ตลอดจนประชาชนสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของที่เส็บ โดยในปีนี้จะจัดขึ้นภายใต้หัวข้อหลัก Thailand: More Than Ready เพื่อตอกย้ำความพร้อมของประเทศไทย และเรียกความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการไมซ์กลับคืนมา อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ภายใต้วิสัยทัศน์ขององค์กรเพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่เส็บ ได้กำหนดแนวทางส่งเสริมตลาดการจัดการประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมนานาชาติปี 2558 โดยส่งเสริมไทยสู่การเป็น Top of Mind ของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย เร่งเพิ่มจำนวนกิจกรรมใหม่ สร้างภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมนานาชาติที่มีคุณภาพในระดับภูมิภาค เดินหน้าพัฒนาศักยภาพทุกด้านเพื่อเพิ่มโอกาสการประมูลสิทธิ์จัดงานประชุมนานาชาติที่มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในคลัสเตอร์หลักตามแนวทางการส่งเสริมของรัฐบาล

ปัจจุบัน ธุรกิจการประชุมซึ่งประกอบด้วย 1. การประชุมกลุ่มองค์กร 2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และ 3. การประชุมนานาชาติ สร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจไทยถึงร้อยละ 82 ของรายได้ทั้งหมดจากอุตสาหกรรมไมซ์

ทางด้าน นางสาววิภา สุนทรสารทูล ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม ที่เส็บ กล่าว

เพิ่มเติมว่า เนื่องจากฐานลูกค้าในการประชุมแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันจึงจำเป็นต้องใช้วิธีทำการตลาดเฉพาะ กล่าวคือ กลุ่มองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่จะเป็นองค์กรภาคเอกชน ขณะที่กลุ่มประชุมนานาชาติเป็นองค์กรไม่แสวงผลกำไร

ดังนั้น ที่เส็บ จึงวางแผนการตลาดในปี 2558 ด้วยการมุ่งเจาะกลุ่มนักเดินทางที่มีคุณภาพและมีการใช้จ่ายสูงมากขึ้น โดยเตรียมนำผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์เดินสายโรดโชว์ใน 7 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ รัสเซีย และสหราชอาณาจักร นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมส่งเสริมการขายและสร้างเครือข่ายในตลาดเป้าหมายอีก 9 แห่ง ได้แก่ ออสเตรเลีย เกาหลี อินเดีย เยอรมนี อังกฤษ ไต้หวัน ยุโรปตะวันออก ตะวันออกกลาง และแอฟริกาใต้

นอกจากนี้ ยังมีการจัดแคมเปญการตลาดสำคัญคือ “Meetings Bonus” เพื่อรองรับการจัดงานสำหรับกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีนักเดินทางจากต่างประเทศเข้าพำนักรับในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืนขึ้นไป ตั้งแต่วันนี้จนถึงวันที่ 30 มิ.ย.58 โดย ที่เส็บ จะสนับสนุนการเงิน 1 แสนบาทให้การประชุมที่มีผู้ร่วมประชุม 200 คนขึ้นไป สนับสนุนการเงิน 3 แสนบาทให้การประชุม 500 คนขึ้นไป และสนับสนุนการเงิน 1 ล้านบาทสำหรับการประชุม 1 พันคนขึ้นไป ขณะเดียวกัน ที่เส็บ ยังจัดแคมเปญรองรับการจัดงานระดับเมกะอีเว้นท์คือ “Mega Incentive Event” สำหรับกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีจำนวนนักเดินทางตั้งแต่ 1 พันคนขึ้นไป โดยจะได้รับการสนับสนุนทางการเงินเป็นมูลค่า 1 ล้านบาท

ในปี 2558 ที่เส็บ คาดว่าจะมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนกว่า 1,036,300 คน สร้างรายได้กว่า 106,780 ล้านบาท แบ่งเป็น นักเดินทางกลุ่มประชุมองค์กร 255,000 คน คิดเป็นรายได้ 32,700 ล้านบาท กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 252,800 คน คิดเป็นรายได้ 19,280 ล้านบาท กลุ่มการประชุมนานาชาติ 338,100 คน คิดเป็นรายได้ 37,800 ล้านบาท และกลุ่มการจัดนิทรรศการ 190,400 คน คิดเป็นรายได้ 17,000 ล้านบาท โดยกลุ่มไมซ์จากจีนยังคงครองสัดส่วนสูงสุดในการเข้าร่วมงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในขณะที่นักเดินทางจากมาเลเซียมีจำนวนสูงสุดที่เข้าร่วมประชุมนานาชาติ

'TOP OF THE MIND' MEETINGS DESTINATION IN ASIA TARGETED SETTING A STRATEGY TO BOOST QUALITY MICE TRAVELLERS

At the 5th Meetings Industry Day held early in September 2014, TCEB revealed its corporate vision for the growth of Thailand's meetings industry, emphasising a push to promote Thailand as the "Top of the Mind" destination for sustainable meetings in Asia. In this regard, the bureau has set a marketing plan for 2015 that aims to attract high-quality and big-spending travellers from selected targeted countries.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, President of TCEB, says that the Meetings Industry Day was designed as a platform for the bureau to announce operating plans for the meetings, incentives and conventions industries, while allowing for the transfer knowledge and experience by industry experts as well as introducing TCEB's promotional campaigns.

This year, the event was organised under the theme "Thailand: More Than Ready" and aimed to reaffirm the readiness of Thailand as a meetings destination and restore the confidence of MICE entrepreneurs. It also focused on preparedness for the ASEAN Economic Community (AEC).

In line with the corporate vision for growth of Thailand's MICE industry, the TCEB has designed a marketing promotion plan for 2015 that has as its goal to push Thailand as the 'Top of the Mind' location for the meetings industry in Asia. Under the plan, the bureau will gear up to increase the number of new events and enhance the country's image as a preferred destination for quality meetings in the region.

In addition, the bureau is moving forward with developing capabilities in all areas and especially in major clusters following the government's support in increasing bidding opportunities for large-scale conventions.

At present, the meeting business comprises: 1. corporate meetings 2. incentive travels, and 3. international conventions, which together represent up to 82 per cent of Thailand's total MICE industry revenue.

Ms. Vichaya Soonthornsaratoon, director of TCEB's Meetings Industry Department adds that TCEB has to design marketing plans for each of these target groups. The corporate and incentive meetings are mainly private organisations, while conventions tend to be non-profit organisations.

For the 2015 marketing plan, the bureau aims to penetrate quality travellers with high spending power. The bureau is planning organise and lead Thai MICE entrepreneurs to road shows in 7 countries, namely Japan, China, India, Malaysia, Singapore, Russia and the United Kingdom. Moreover, the bureau will hold sale promotion activities and create networks in the 8 target markets of Australia, Korea, India, Germany, Hong Kong, Taiwan, the Middle East and South Africa.

TCEB is also offering a Meetings Bonus to incentive travel group staying a minimum of 3 nights in Thailand from now through June 30, 2015. Under this scheme, the bureau will provide financial support of Bt100,000 for incentive travel groups of 200 delegates and up and Bt300,000 for groups of 500 delegates and up.

Meanwhile, the bureau has also designed the Mega Incentive Event campaign for meetings and incentive travels groups of 1,000 delegates or more with total financial support of Bt1 million.

In 2015, the TCEB expects that Thailand will attract more than 1,036,300 MICE travellers, generating over Bt106.78 billion. Of this figure, 255,000 will be corporate meeting delegates representing Bt32.70 billion, 252,800 incentive travellers representing Bt19.28 billion, 338,100 convention delegates representing Bt37.80 billion, and 190,400 exhibition visitors representing Bt17 billion.

The Chinese remain the largest incentive travels group coming to Thailand while Malaysian travellers rank the highest in terms of convention delegates.





ประชาสัมพันธ์ความพร้อมไมซ์ไทยในแดนมังกร

ที่

เสіб เดินทางสร้างเครือข่ายไมซ์ในประเทศจีนซึ่งเป็นตลาดไมซ์ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย โดยที่เสіб จัดกิจกรรมโรดโชว์ ณ นครเซี่ยงไฮ้ เมื่อวันที่ 15 กันยายนที่ผ่านมาซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมภายใต้การดำเนินงานโครงการ “THAILAND’S MICE UNITED: พันฟูเศรษฐกิจไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์” และเข้าร่วมงาน CIBTM 2014 ซึ่งเป็นงานเทรดโชว์สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่จัดขึ้น ณ กรุงปักกิ่ง ระหว่างวันที่ 17-19 กันยายน 2557

การจัดกิจกรรม Thailand CONNECT : Shanghai MICE Road Show 2014 มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างเครือข่ายกับลูกค้ากลุ่มองค์กรขนาดใหญ่ และผู้จัดงานไมซ์ในประเทศจีน โดยที่เสіб ได้นำผู้ประกอบการไมซ์ไทย จำนวน 15 ราย จากภาคธุรกิจต่างๆ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การบินไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน) สยามนิรมิต โรงแรมเดอะเพนินซูล่า กรุงเทพฯ พบกับกลุ่มผู้ซื้อ จำนวน 69 ราย ในตลาดเซี่ยงไฮ้ ทั้งนี้ ที่เสіб ได้นำเสนอข้อมูลการพัฒนาล่าสุดของเมืองไมซ์หลักทั้ง 5 แห่งได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ภูเก็ต และขอนแก่นแก่กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมงาน

นางสาวบุษกร พุกขพงศ์ กงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ กล่าวในงานแถลงข่าวว่า “ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มาพร้อมกับวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของผู้นำจีน ส่งผลเป็นอย่างมากต่อบทบาทอันโดดเด่นของจีนในภูมิภาคนี้ ผ่านกรอบความร่วมมือต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกรอบอาเซียน+1 อาเซียน+3 การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (EAS) และการประชุมว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเอเชียและแปซิฟิก (APEC)

“ประเทศไทยเองมีความพร้อมในการสนับสนุนบทบาทดังกล่าวของสาธารณรัฐประชาชนจีน ดังจะเห็นได้จากความร่วมมือต่าง ๆ ผ่านนโยบายของรัฐบาลไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ คสช. เรื่องการยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราให้แก่นักท่องเที่ยวจีนและไต้หวันเป็นเวลา 3 เดือนตั้งแต่วันที่ 9 สิงหาคม 2557 ถึง 8 พฤศจิกายน 2557 ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและไมซ์ของไทยต่อตลาดจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมไมซ์นั้น ต้องเรียกได้ว่าตลาดจีนมีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่ม

ไมซ์จากจีนอยู่อันดับที่ 1 ของนักท่องเที่ยวที่มายังประเทศไทยในปี 2556”

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เสіб กล่าวเพิ่มเติมว่า ท่าเลที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์ของไทยไม่เพียงเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียนที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ยังเชื่อมต่อตลาดไมซ์ของจีนด้วย นอกจากนี้ การยกเว้นค่าธรรมเนียมตรวจลงตราให้แก่นักท่องเที่ยวจีนและไต้หวันเป็นเวลา 3 เดือนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งของอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างจีนกับไทย และยังเป็นการยืนยันว่า ทั้งสองฝ่ายจะส่งเสริมความสัมพันธ์นี้มากยิ่งขึ้น ฉะนั้น ตลาดไมซ์จีนจะมีการเติบโตอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ในช่วง 3 ไตรมาส ของปี 2557 นักเดินทางกลุ่มไมซ์ของจีนมายังประเทศไทยยังคงครองสัดส่วนสูงสุด โดยมีจำนวน 97,267 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.86 จากช่วงเดียวกันของปี 2556

ปีที่ผ่านมา มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากจีนมายังประเทศไทยจำนวน 128,437 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.21 จากปีก่อน และนำรายได้ให้แก่เศรษฐกิจประเทศเป็นมูลค่า 2,240 ล้านบาท (360 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากจีน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจำนวน 50,979 คน ตามด้วย กลุ่มการประชุมองค์กร 33,524 คน กลุ่มการสัมมนา 27,473 คน และ กลุ่มการแสดงสินค้า 16,461 คน

การเข้าร่วมงาน CIBTM 2014 ที่เมืองปักกิ่ง นั้น ที่เสібมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย แก่กลุ่มเป้าหมายในประเทศจีน โดยจัดให้มี Thailand Pavilion เป็นเวทีทางการขายให้แก่กลุ่มเป้าหมายไมซ์จากประเทศจีน โดยในงานนี้ที่เสібพาผู้ประกอบการไทยชั้นนำได้แก่ โรงแรมสุโกศลกรุงเทพฯ เซ็นทาราแกรนด์ไฮเทลและรีสอร์ท ท็อปฮิลเดย์ (จำกัด) โรงแรมเดอะแกรนด์ไทร์วิง คอนเวนชันและโรงแรมสยามเคมปินสกี พบปะให้ข้อมูลแก่ผู้ซื้อชาวจีนที่สนใจตลอด 3 วัน นอกจากนี้ได้กำหนดจัดให้มีกิจกรรมแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนจีนเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการด้านไมซ์ของประเทศไทยแก่สื่อมวลชน สร้างการรับรู้ถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับต่างชาติโดยคาดหวังให้เล็งประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ในอนาคต



PROMOTING THAILAND'S READINESS TO THE CHINESE MICE MARKET

TCEB continues to move forward with its strategy to strengthen the MICE network in China, which is Thailand's top MICE market. In this regard, the bureau organised the Thailand CONNECT Shanghai MICE Road Show 2014 on September 15 under the umbrella of the Thailand's MICE United campaign and also participated in CIBTM 2014, one of the leading trade shows for incentives, business travels & meetings, from September 17-19 in Beijing.

In addition to promoting the two countries' MICE relationship, TCEB introduced the ongoing Thailand CONNECT the World campaign, which underlines Thailand's strengths - diversity of destinations, unrivalled business opportunities, and high quality MICE professionals and standards.

The road show aimed to build networking with key incentive/meeting organisers of large corporations and brought 15 sellers to meet 69 buyers on the Shanghai market. The bureau also presented the latest developments in Thailand's main MICE destinations - Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Phuket and Khon Kaen.

At a press conference to introduce the road show, Miss Buskorn Prugsapongse, Consul-General of the Royal Thai Consulate-General in Shanghai, noted that China's strong economy coupled with the farsighted vision of the Chinese leader, underscored its outstanding role in this region, especially through such collaborative frameworks as ASEAN + 1, ASEAN + 3, East Asia Summit (EAS) and Asia Pacific Economic Cooperation (APEC).

Thailand is ready to support China's regional role in parallel with the cooperation outlined in the government's policies. This particularly relates to the National Council for Peace and Order (NCPO)'s policy to stimulate the tourism market by offering three-month exemption of visa fees for holders of Chinese and Taiwanese passports from 9 August through 8 November 2014. This measure can help promote tourism as well as the MICE market. The Chinese market is very important as evidenced by its top ranking in MICE travellers coming to Thailand in 2013.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, President of TCEB, adds that Thailand's strategic location at the heart of the fast-growing ASEAN region means it is perfectly located to serve the Chinese MICE market.

In addition, the short-term visa fee exemption for holders of Chinese and Taiwanese passports demonstrates the strong relationship between the Chinese and Thai MICE sectors. The two countries are also committed to further enhancing the relationship and this in turn boosts growth, especially in the incentives market.

China remained Thailand's main MICE market in the first three quarters of 2014 with 97,267 travellers, a 7.86 per cent increase over the same period in 2013. Last year, Thailand welcomed 128,437 MICE travellers from China, up 13.21 per cent from 2012 and contributing approximately 2.24 billion RMB (\$360 million) to the Thai economy.

Of the Chinese MICE travellers to Thailand, 50,979 were incentive travel visitors, 33,524 corporate meeting participants while 27,473 took part in conventions and 16,461 in exhibitions. Asia was the largest source of MICE visitors, representing 75.25 per cent, followed by Europe with 10.06 per cent, and the USA with 4.72 per cent.

TCEB's participation in CIBTM 2014 Beijing was aimed at supporting marketing activities and promoting Thailand's meetings and incentives industry in China. The bureau set up a Thailand Pavilion to serve as a sales venue for target buyers.

TCEB led top Thai MICE entrepreneurs including The Sukosol Bangkok, Centara Grand Hotel and Resort, Tops Holiday, The Grand Fourwings Convention Hotel and the Siam Kempinski Hotel to the trade show to meet and provide information to Chinese buyers throughout the three days.

The bureau also held a press conference for the Chinese media to promote Thailand's MICE products and services as well as increase awareness of the importance of the MICE industry and international confidence, in the expectation that Thailand will be chosen as a preferred destination for MICE events in the future.

เปิดเวทีผู้นำโมเชิร์นใหม่ในเอเชีย ชี้นำโน้มนำสำคัญเปลี่ยนโฉมหน้าอุตสาหกรรมในภูมิภาค

พบ

นำรุ่นใหม่และดาวรุ่งของอุตสาหกรรมโมเชิร์นในเอเชียร่วมเสวนาในเวที The 7th Asia for Asia: Rock the Generations เจาะลึก 5 แนวโน้มสำคัญที่กำลังเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมโมเชิร์นในอนาคตและผลกระทบต่อเอเชีย

การเสวนาครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดประชุมสุดยอดผู้นำทางด้านธุรกิจ การจัดงานแห่งเอเชีย The 7th Asia for Asia Summit ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ โดยความร่วมมือระหว่างทีเส็บ และสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมแห่งภูมิภาคเอเชีย (AACVB) เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2557

สำหรับผู้นำธุรกิจการจัดงานที่เข้าร่วมเสวนา ได้แก่ Ms. Jane Vong Holmes, Senior Associate Asia of GainingEdge, Mr. El Kwang, Managing Director, Miconet Asia and และนายอรัช นวราช กรรมการผู้จัดการ สามพราน ริเวอร์ไซด์ รีสอร์ท การเสวนาครั้งนี้มีผู้สนใจเข้าร่วมงานกันอย่างคึกคัก โดยวิทยากรได้พูดคุยถึงแนวโน้มสำคัญ ว่ากำลังเปลี่ยนโฉมหน้าอนาคตของอุตสาหกรรมการจัดงานธุรกิจอย่างไร รวมถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชีย ซึ่ง 5 แนวโน้มหลักได้แก่

การจัดงานด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงและการเชื่อมต่อแบบไร้ข้อจำกัดเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ

สำหรับปัจจุบันนั้น ปฏิเสธไม่ได้ว่า เทคโนโลยีกำลังเปลี่ยนแปลงแนวทางการจัดงานธุรกิจ และมีอิทธิพลต่อการจัดประชุมในอนาคตให้มีการเติบโตไป

Ms. Jane Vong Holmes กล่าวว่า สังคมออนไลน์เป็นสื่อที่สร้างความสัมพันธ์และเปลี่ยนแปลง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจากที่ไม่มีปฏิริยาตอบรับมาเป็นความกระตือรือร้น ซึ่งผู้จัดงานควรใช้ประโยชน์ของสังคมออนไลน์ทั้งก่อน ระหว่างงาน และหลังการจัดงาน

ในขณะที่ Mr. El Kwang กล่าวเสริมว่า เทคโนโลยีทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีทางเลือกมากขึ้น ในส่วนของผู้จัดงานนั้นการประชุมแบบเสมือนจริงทำให้มีสถานที่จัดประชุมเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย และข้อจำกัดในเรื่องความจุของสถานที่ก็ไม่เป็นประเด็นอีกต่อไป

การประชุมแบบเสมือนจริงถูกจัดอยู่ในแถวหน้าและเป็นศูนย์กลางของเทรนด์ใหม่นั้น หลายหน่วยงานต่างสนใจใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงหรือไฮบริดสำหรับการจัดกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งคาดว่า ผู้เข้าร่วมประชุมแบบเสมือนจริงจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น

นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือกำลังเป็นจุดสนใจของทั้งผู้จัดงานและเจ้าภาพซึ่งใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการจัดโปรแกรมการประชุมธุรกิจที่มีคุณภาพและน่าสนใจมากขึ้น สำหรับเจ้าภาพ การปฏิสัมพันธ์เหล่านี้มีเป้าหมายทางธุรกิจชัดเจน คือ ใช้เวลาในการประชุมได้มากที่สุด และเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมมากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เทรนด์สถานที่จัดงานแบบนอกกรอบ (Out of the box venues) สร้างประสบการณ์ประทับใจ

ประเทศเจ้าภาพจะเพิ่มทางเลือกให้กับตลาดมากขึ้น ซึ่งรวมถึงขยายความหลากหลายของสถานที่จัดงาน ทั้งนี้ สถานที่กลางแจ้ง มหาวิทยาลัย และอะควาเรียม มีแนวโน้มได้รับการนำเสนอให้จัดงานที่แตกต่างจากสถานที่แบบเดิมๆ ในขณะที่ความต้องการสถานที่ซึ่งได้ชื่อว่าทันสมัยจะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นสำหรับการจัดงานส่งเสริมการขาย

“แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก็เป็นส่วนสำคัญที่สร้างเอกลักษณ์ให้แก่จุดหมายปลายทางของการจัดงาน โดยโรงแรมสามารถให้ประสบการณ์จริงในสถานที่ดังกล่าวได้ ยกตัวอย่างเช่น ให้เกษตรกรนำเสนองานผลิตจากไร่มาสู่โต๊ะอาหารสำหรับแขกที่มาพัก เป็นต้น” นายอรัช กล่าว

พันธมิตรทางธุรกิจกลายเป็นกลยุทธ์ที่น่าสนใจ

พันธมิตรทางธุรกิจเป็นประโยชน์ต่อทั้งจุดหมายปลายทางการจัดงานโมเชิร์น และธุรกิจโมเชิร์นในท้องถิ่น สำหรับจุดหมายปลายทาง พันธมิตรดึงดูดการลงทุนและกระตุ้นกิจกรรมโมเชิร์นมากขึ้น ส่วนด้านธุรกิจโมเชิร์น พันธมิตรจะนำเสนอโอกาสในการเพิ่มและสร้างมาตรฐานไปสู่ระดับนานาชาติ

“เป็นเรื่องสำคัญที่ชี้ให้เห็นว่าทำไมจำเป็นต้องมีพันธมิตรและแบบไหนถึงจะดีที่สุด ทุกๆ จุดหมายปลายทางได้มีการพัฒนาแตกต่างกันไป ดังนั้น การหาสิ่งที่ถูกต้องจริงๆ ก็คือ พันธมิตรที่มีส่วนร่วมในคำมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายเดียวกัน” Ms. Jane Vong Holmes กล่าว



“ข้อดีของการรวมตัวเป็นพันธมิตรมีหลายด้าน หุ่นส่วนธุรกิจทั้งสามารถเพิ่มความแข็งแกร่งที่มีอยู่เดิม อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมธุรกิจต่อกันลดจุดอ่อน โดยส่วนตัวมีความเห็นว่ากลุ่มพันธมิตรที่ให้ผลประโยชน์แก่ผู้เข้าร่วมประชุมภายในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะได้รับความสนใจมากในช่วงนี้” Mr. Kwang กล่าวสรุป

การบริหารงบประมาณอย่างรัดกุม

บริษัทต่างๆ จะพินิจพิเคราะห์มากขึ้นว่า การจัดงานไม่สอดคล้องกับแนวทางของบริษัทหรือไม่ และไม่สวนทางกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของหน่วยงาน ในขณะที่งบประมาณเป็นที่น่าสนใจพิจารณามากขึ้น ความต้องการจัดงานในพื้นที่อาจมีมากขึ้น โดยบางบริษัทคาดว่าจะจัดงานในสถานที่ของตนเองเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายและสามารถลดเวลาในการเดินทางจากบริษัท

“ผู้บริหารควรใช้เวลาในการดูเรื่องประโยชน์จากการจัดงาน และผลตอบแทนจากการลงทุนควรรวมถึงผลประโยชน์ที่ไม่อยู่ในรูปตัวเงินด้วย เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชน ความยั่งยืน และความพึงพอใจของพนักงาน” นายอรัช กล่าว

ด้าน Mr. Kwang กล่าวเสริมว่า หน่วยงานต่างๆ ควรโน้มน้าวลูกค้าให้เห็นมูลค่าที่ได้รับมากกว่าค่าใช้จ่าย ควรพัฒนาแพ็คเกจเฉพาะทางในอนาคต จัดทำการวิจัยเชิงลึก และกำหนดเป้าหมายต่อยอดให้สูงขึ้น

ความยั่งยืนแบบ 360 องศา

ความยั่งยืนยังคงเป็นกรอบหลักการที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการจัดงานในทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นการก่อสร้างหรือการบูรณะซ่อมแซมสถานที่จัดงาน อาหาร ความบันเทิง หรือการคมนาคม จุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานจะมีความเป็นภูมิภาคมากขึ้น โดยเน้นการใช้ผู้ผลิตในท้องถิ่นมากขึ้น และเชิญผู้ร่วมงานทั้งจากในท้องถิ่นและภูมิภาค

“เรื่องความยั่งยืนควรมองเป็นภาพใหญ่โดยรวมถึงความยั่งยืนของจุดหมายปลายทางและความยั่งยืนของการจัดงาน ซึ่งการประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนกระบวนการทำกำไรแบบง่ายๆ สู่อุตสาหกรรมเพื่อความยั่งยืนถือเป็นหัวใจสำคัญ ทั้งนี้ ความยั่งยืนสามารถทำได้ตั้งแต่ความโปร่งใสทางการเงิน ไปจนถึงการกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานใช้การเดินทางโดยรถสาธารณะ” Ms. Jane Vong Holmes กล่าว

ในขณะที่ Mr. Kwang กล่าวว่า ทางเลือกเพื่อความยั่งยืนจำเป็นต้องกำหนดเป็นเป้าหมายของบริษัทและการจัดงาน ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรรับผิดชอบค่าใช้จ่ายร่วมกัน ตั้งแต่การวางพื้นฐานที่ถูกต้อง เช่น ใช้กระดาษรีไซเคิล และลดการใช้น้ำขวดไปจนถึงความยั่งยืนขั้นสูง เช่น การวัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สำหรับผู้เข้าร่วมงาน

ส่วนนายอรัช กล่าวเสริมว่า “การนำเสนอไม่ควรเป็นแค่ลูกเล่นแต่ควรเป็นตัวอย่างที่ปฏิบัติได้จริง อาทิ การพิจารณาตลอดทั้งห่วงโซาอาหารเช่นเดียวกับที่เราทำที่สามพรานริเวอร์ไซด์ เราเริ่มต้นจากการอบรมเกษตรกรเกี่ยวกับการปลูกผักปลอดสารและรับซื้อโดยตรงจากเกษตรกร จากนั้น ให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมเกี่ยวกับขบวนการจัดการดังกล่าว ปีหน้า เราคาดหวังว่าจะมีเกษตรกรประมาณ 50 ราย ได้รับการรับรองการผลิตปลอดสาร”

การประชุมสุดยอดผู้นำทางด้านธุรกิจการจัดงานแห่งเอเชียที่ปลูกเร้าทางความคิดในครั้งนี้จบลงด้วยการเห็นพ้องในแง่บวกว่า ภาคธุรกิจโมเชิร์นมีความพร้อมเป็นอย่างดีที่จะหาประโยชน์เต็มที่จากโอกาสทางธุรกิจผ่านการนำเสนอ 5 แนวโน้มสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมโมเชิร์นของเอเชีย และเพิ่มความแข็งแกร่งให้เอเชีย

ASIA'S MICE YOUNG LEADERS FORUM

HUGE TRENDS RESHAPING ASIA'S MICE INDUSTRY

Asia's young and emerging MICE stars were in Bangkok recently to participate in a panel discussion titled "7th Asia for Asia: Rock the Generations" and spoke about five key trends that will reshape the industry of the future as well as its impact in Asia.

The high-level panel discussion was part of the 7th Asia for Asia Summit, hosted by Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) in conjunction with the Asian Association of Convention and Visitor Bureaus (AACVB) on September 30, 2014.

The panel of business events leaders included Ms. Jane Vong Holmes, Senior Associate Asia, GainingEdge, Mr. El Kwang, Managing Director, Micenet Asia and Mr. Arrut Navaraj, Managing Director of the Sampran Riverside resort. With the active participation of delegates, they discussed how these five key trends are shaping the future of the business events industry, and their impact in Asia.

VIRTUAL EVENTS & SEAMLESS CONNECTIVITY OPEN NEW HORIZONS

Technology is undeniably transforming the way business events are held, and its influence on the meetings of the future will continue to grow.

"Social media serve as a vehicle for creating relationships, and transform the participant from passive to active. Organisers should incorporate social media in their activities in the lead up to, during and post-event," commented Ms. Holmes.

Mr. El Kwang added that technology allows delegates to pick and choose but stressed that in-person meetings still offer unique networking advantages. For organisers, virtual attendees offer an additional revenue stream and mean capacity constraints may no longer be an issue.

Virtual meetings are at the front and centre of this trend. While many organisations currently use virtual and hybrid technologies for meetings and events, an increase in virtual attendance is predicted.

In addition, the world of social media and mobile apps is an increasing focus for both organisers and hosts, who are utilising social media tools to create higher quality and more engaging programmes. For hosts, these interactions have a clear business objective: maximizing time spent at meetings and creating opportunities for increased engagement and efficiency.

'OUT OF THE BOX' VENUES OFFER UNFORGETTABLE EXPERIENCES

Host countries will continue to enhance their market offerings including expanding the diversity of venues for MICE events. With outdoor venues, universities and aquariums among the non-traditional properties likely to be showcased, locations that are considered 'hip and trendy' will also see their popularity increase for promotional events.

"Cultural attractions are so much a part of a destination's identity. Hotels too can deliver authentic experiences on-site, for example by bringing in farmers to offer a farm-to-table experience for guests," Mr. Arrut pointed out.

STRATEGIC PARTNERSHIPS TAKE CENTRE STAGE

Strategic partnerships benefit both MICE destinations and local MICE businesses. For destinations, partnerships attract MICE investment and boost MICE sector activity. For MICE businesses, partnerships offer the opportunity

to raise and benchmark their standards to an international level.

"It's important to reflect on exactly why a partnership is needed and which partner is the best fit. Every destination develops at a different pace, so finding the right fit is about identifying a partner that shares a commitment to achieving the same objectives," Ms. Vong Holmes said.

"The key is identifying strengths and selecting a partner that either builds on those strengths, or that offsets its weaknesses. Partnerships that offer benefits to delegates within the AEC will take centre stage," Mr. Kwang added.

TIGHTENING BUDGETS

Companies are likely to take an even closer look at whether MICE events are in line with company guidelines and deliver against strategic objectives. As budget challenges increase, demand for events that are held more locally may also rise, with some companies expected to host events in their own facilities to control costs and reduce time away from the office.

"Management should take a long-term view of the benefits of holding an event, and return on investment should include non-financial benefits such as community participation, sustainability, and staff satisfaction," Mr. Navaraj said.

"Organisers should convince the client to see the value, rather than just the cost. Packages should be created especially for the prospective client, in-depth research should be conducted, and objectives should be simple," Mr. Kwang added.

360-DEGREE SUSTAINABILITY

Sustainability will remain a guiding principle in all areas of event planning. Whether in terms of construction and renovation of venues, food and entertainment, or transportation, host destinations are increasingly adopting 'regionalization', whereby utilizing local suppliers is emphasised, as is inviting local and regional audiences.

"Sustainability should be seen as the big picture and this includes both destination sustainability and event sustainability. Achieving a paradigm shift from simply making a profit to investing in sustainability is key.

"Sustainability can range from financial transparency to encouraging delegates to use public transport," Ms. Vong Holmes said.

"Sustainable options need to be aligned with the objectives of the company and event, and costs should be shared among all stakeholders. They include everything from getting the basics right such as recycled paper and reducing use of bottled water to high-level sustainability such as carbon offsets for delegates," Mr. Kwang added.

"The approach should not be a gimmick. Practical examples include thinking through the whole of the food chain, as we do at Sampran Riverside. This starts with coaching farmers about growing their produce organically and then purchasing directly from them, then educating delegates about the process. By next year, we aim to have around 50 local farmers certified as organic," Mr. Navaraj said.

The thought-provoking summit ended with agreement that the sector is well-equipped to take full advantage of the opportunities presented by these five industry-shaping trends, and their strengths in Asia.



เจาะตลาดโมซ์รัสเซีย-ยูเครน หนุนสร้างเครือข่ายนานาชาติ

ที่

สืบ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) นำทีมผู้ประกอบการโมซ์ไทยจัดโรดโชว์ ณ กรุงมอสโก สหพันธรัฐรัสเซีย และต่อยอดจัดงาน Networking Events ณ เมืองโนโวซีบีปส์ สหพันธรัฐรัสเซีย และกรุงเคียฟ สาธารณรัฐยูเครน เมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมา สร้างการรับรู้ศักยภาพประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพิ่มโอกาสทางการตลาดและทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทย ขยายสู่

ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ กล่าวในงานโรดโชว์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานมีความเข้าใจมากขึ้นว่า อุตสาหกรรมโมซ์ไทยสามารถเปิดประตูสำหรับธุรกิจและโอกาสในการสร้างเครือข่ายสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมโมซ์ของรัสเซียได้อย่างไร และปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากรัสเซีย

“อย่างไม่ต้องสงสัยว่ารัสเซียมีความสำคัญมากต่อทั้งที่สืบและอุตสาหกรรมโมซ์ของไทย ซึ่งรัสเซียเป็นหนึ่งใน 10 อันดับแรกของตลาดการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย โดยครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2557 มีนักเดินทางกลุ่มการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากรัสเซียมายังประเทศไทยเป็นจำนวนมากกว่า 6,000 คน”

ก่อนหน้านี้ ที่สืบ ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับสภาธุรกิจรัสเซีย-ไทย ณ กรุงมอสโก ประเทศรัสเซีย ดังนั้น ที่สืบ จึงได้ออกแบบกิจกรรมโรดโชว์ครั้งนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมโมซ์ของรัสเซียให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น เพิ่มโอกาสทางการตลาดและทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโมซ์ในการนำเสนอศักยภาพ รวมถึงสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักเดินทางธุรกิจ ผู้วางแผนและผู้จัดการประชุมที่มีศักยภาพในสหพันธรัฐรัสเซีย

โดยภายในงานโรดโชว์ ที่สืบได้เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการโมซ์ไทยได้พบปะพูดคุยกับผู้มีศักยภาพในตลาดโมซ์กรุงมอสโกแบบตัวต่อตัว เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ที่สืบ ยังได้จัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายโมซ์ ณ เมืองโนโวซีบีปส์ สหพันธรัฐรัสเซีย และกรุงเคียฟ สาธารณรัฐยูเครน ถือว่าเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ มีแนวโน้มการเติบโตของการเดินทางออกนอกประเทศสูงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องจากกิจกรรมหลักคือ รัสเซียโมซ์โรดโชว์

ทั้งนี้ ที่สืบ คาดหวังให้เกิดการรับรู้ ตลอดจนเป็นการต่อยอดการจัดกิจกรรมอื่นๆ หรือการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อเนื่องในอนาคต รวมถึงการเชื่อมโยงทางธุรกิจในอนาคตต่อผู้เดินทางมาประชุมหรือท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

นาง ศุภวรรณ กล่าวเพิ่มเติมว่า ประเทศไทยมีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายรองรับการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้และตอบสนองความต้องการได้ทุกรูปแบบและขนาดของกิจกรรม อาทิ การจัดกิจกรรมแบบมีเรื่องราว (theme events) การท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ และการส่งเสริมการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเชิงอนุรักษ์ (sustainability) และแนวทางบรรษัทภิบาลหรือความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจกรรม (corporate social responsibility) เป็นต้น

PENETRATING THE RUSSIAN AND UKRAINIAN MICE MARKETS

INTERNATIONAL NETWORK CREATED

TCEB collaborated with the Tourism Authority of Thailand and Thai Airways International in September 2014 in leading Thai MICE entrepreneurs to a road show organised in the Russian capital, Moscow. The trip was then extended to cover Networking Events in Novosibirsk, Russia and Kiev in the Ukraine.

These activities aimed to create awareness of Thailand's potential as a preferred destination for meetings and incentives, to increase marketing and business opportunities for the Thai operators as well as to expand into emerging markets.

Speaking at the road show, TCEB's Vice President for Strategic and Business Development, Mrs. Supawan Teerarat, shared some insights into how Thailand's MICE industry could open doors to business and networking opportunities for Russian stakeholders, and why Thailand is a destination of choice for Russian meetings & incentives travellers.

"There is no doubt that Russia is of great importance to TCEB and Thailand's MICE industry. In fact, Russia is now one of Thailand's top 10 meetings & incentives markets. In the first half of the 2014 fiscal year, we welcomed more than 6,000 Russian Meetings & Incentives travellers," she said,

TCEB earlier signed a memorandum of understanding with the Russian-Thai Business Council in Moscow on MICE collaboration. The road show was thus specifically designed to strengthen links with Russian MICE stakeholders and to enhance marketing and business opportunities for the Thai MICE operators by introducing their capabilities along with outstanding new products and services unique to meetings and incentives. The event was planned in such a way as to inspire business travellers, planners and potential meeting organisers in Russia.

During the road show, the bureau facilitated opportunities for Thai MICE entrepreneurs to hold one-on-one meetings with potential buyers in the established Moscow market, thus enabling them to effectively reach the buyers.

In addition, the TCEB organised Networking Events in the Russian city of Novosibirsk and in Kiev, the capital of the Ukraine, both of which are emerging MICE markets with a growing core of outbound travellers. These events were an extension of the Russian MICE Road Show.

TCEB is confident that the road show was successful in creating awareness, boosting Russian activities and bringing repeat Russian travellers to Thailand. It also offered business advantages in the future for travellers participating in meetings and incentives in Thailand as well as industry operators.

"Thailand has a wide diversity of event venues and facilities to serve any type and scale of meetings and incentives including theme, sustainability and CSR events" Mrs Supawan added.





ดินเนอร์ทอล์คฟื้นความเชื่อมั่น

ที่เส็บ นำโดยนายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ, ที่ 2 จากขวา, จัดกิจกรรม ดินเนอร์ทอล์ค2014 ณ อาคารไปรษณีย์กลาง บางรัก กรุงเทพฯ เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรหลักของที่เส็บ พร้อมจัดเสวนาเรื่อง “การฟื้นฟูภาพลักษณ์ประเทศไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสายตาชาวต่างชาติ” โดยได้รับเกียรติจากนายสีหศักดิ์ พวงเกตุแก้ว ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ, ที่ 2 จากซ้าย, นายเสวธรรมเมธี อธิบดีกรมสารนิเทศ, ที่ 1 จากขวา, และพลเอกสุทัศน์ กาญจนานนท์กุล หัวหน้าสำนักงานผู้ช่วยเสนาธิการทหารบก ฝ่ายข่าว, ที่ 1 จากซ้าย, เข้าร่วมสนทนา

DINNER TALK ON IMPROVING CONFIDENCE

TCEB led by its President, Mr. Nopparat Maythaveekulchai, second right, recently organised the “Dinner Talk 2014” at the General Post Office, Bang Rak in Bangkok with the aim of promoting cooperation and tightening relations with the bureau’s partners.

The event included a panel discussion on how to revive Thailand’s image so as to restore confidence among foreigners. Mr. Sihasak Phuangketkeow, second left, Permanent Secretary of the Foreign Affairs Ministry, devoted an hour to the discussion while Mr. Sek Wannamethee, right, Director General of the Department of Information, Foreign Affairs Ministry, and General Sutat Karnjananongkul, left, Senior Advisor and Representative of the National Council for Peace and Order (NCPO), also spoke.



ไทยจัดเทศกาลหุ่นโลก 2014

ที่เส็บ นำงานระดับโลก Harmony World Puppet Carnival in Bangkok Thailand 2014 หรือ เทศกาลหุ่นโลก มาจัดในประเทศไทย นับเป็นความสำเร็จครั้งใหญ่ของประเทศไทย และเป็นโอกาสอันดียิ่งของกรุงเทพมหานครในฐานะ “เมืองไมซ์ซิตี้” ที่จะได้นำเสนอถึงศักยภาพความพร้อมในด้านสถานที่จัดงาน การเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน มาตรฐานและบุคลากรของธุรกิจไมซ์ ซึ่งที่เส็บ ได้ให้การสนับสนุนคณะผู้จัดงานเทศกาลหุ่นโลกในการเยี่ยมชมความพร้อมของพื้นที่จัดงาน ค่าลิขสิทธิ์การจัดงาน การจัดประชุมสัมมนา และกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งให้บริการต้อนรับคณะผู้ร่วมงานผ่านบริการ TCEB MICE LANE โดยเมื่อเร็วๆ นี้ นายวีระ โรจน์พจนรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม เป็นประธานการแถลงข่าวถึงความพร้อมในการจัดงานแก่สื่อมวลชน ณ พารากอนฮอลล์

THAILAND TO HOST WORLD PUPPET CARNIVAL

TCEB had won the bid to host the 2014 edition of the Harmony World Puppet Carnival. This is considered a great success for Thailand as well as a good opportunity for Bangkok, a MICE City, to introduce the capability and readiness of its event venues, its location as a business centre as well as the standards and professionals of the MICE business in preparing for mega events.

The bureau earlier supported the organiser of the World Puppet Carnival for a visit to inspect readiness of the event venues, the right fee for the event, seminars and various activities as well as welcoming participants through the TCEB MICE Lane.

Mr. Weera Rojpojanarat, Minister of Culture, recently presided over the press conference for the Harmony World Puppet Carnival Bangkok 2014 at Paragon Hall.