TCEB NEWSLETTER

www.tceb.or.th • Issue 40 • Jan-Feb 2015

TCEB CALL CENTER 1105

กลยุทธ์ไมซ์ไทยปี '58

THAILAND'S MICE 2015 STRATEGIC PLAN

4-7
MICE 2015 STRATEGIC PLAN
UNDERLINING 4PS

8-11
STRATEGIC EXHIBITION PLAN FOR 2015

12-13
TCEB-ADT COLLABORATION
UPGRADING TRAVEL AGENTS STANDARD
FOR MICE EVENTS

14-15
THAILAND MICE VENUE STANDARD

16-17
THAILAND-CHINA LONG-TERM PARTNERSHIP

18-19
THAILAND'S STRATEGIC DIRECTION
TOWARDS MEGA EVENTS HUB IN ASEAN

20
BANGKOK UNIVERSITY JOINS MICE
PROGRAMME DEVELOPMENT

PARTNERSHIP ENHANCEMENT

TCEB
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

ปีงบประมาณ 2558 นี้ ทีเส็บ ได้ปรับปรุงทิศทางการดำเนินงานตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติปี 2555-2559 ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การดึงงาน (WIN) กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) และกลยุทธ์การพัฒนา (Develop) โดยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภายใต้ 8 ยุทธศาสตร์ เพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างยั่งยืน พร้อมส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น TOP OF MIND ของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย

พร้อมกันนี้ ทีเส็บได้เพิ่มความเข้มข้นด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ 4Ps หรือ Public – Private – People – Partnership เน้นความร่วมมือภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในและนอกอุตสาหกรรม ยุโรป เอเชีย และโอเชียเนียยังคงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของตลาดไมซ์ต่างประเทศ ซึ่งทีเส็บ จะเดินหน้าสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มลูกค้าและเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศด้วยการส่งเสริมการประมูลสิทธิ์การจัดงานในตลาดระดับบนและตลาดที่มีการเติบโตสูง

ขณะที่กลยุทธ์ตลาดไมซ์ภายในประเทศเน้นกระตุ้นการประชุมสัมมนาภายในประเทศผ่านแคมเปญ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” ขยายตลาดไปยังพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ พื้นที่โครงการพระราชดำริและศูนย์การเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวทหารทั่วประเทศ รวมถึงกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV)

ในการดำเนินการเชิงรุก ทีเส็บ ก็ได้ลงนามบันทึกความร่วมมือกับสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือ สทน. ขยายความร่วมมือส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ พร้อมยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการนำเที่ยวทั่วไป (Travel Agent) ให้เป็นบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ (DMC)

สำหรับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติปีนี้ ทีเส็บ ได้ริเริ่มการดำเนินโครงการ ASEAN Rising Trade Show (ART) ภายใต้แนวคิด Think Big, Go Beyond ซึ่งเป็นแคมเปญเสริมความแข็งแกร่งของประเทศไทยด้วยการผลักดันให้ธุรกิจการแสดงสินค้าเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญทางเศรษฐกิจ โดยชู 5 อุตสาหกรรมหลักของประเทศซึ่งเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานตามแนวโน้มการเติบโตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ในระดับภูมิภาค ทีเส็บ ลงนามข้อตกลงความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับหน่วยงานพันธมิตรหลักในประเทศจีน ได้แก่ China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) Head Quarter - Exhibition Department, and CCPIT Yunnan Sub-Council เพื่อส่งเสริมการค้าระหว่างกันผ่านเวทีการจัดงานแสดงสินค้าในสองประเทศ และเชื่อมโยงผู้ประกอบการจีนกับผู้ประกอบการในอาเซียนรวมถึงกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขงด้วย

ขณะเดียวกัน ทีเส็บ เร่งกระตุ้นผู้ประกอบการไมซ์ไทยให้เข้าร่วมการประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ซึ่งจะเป็นมาตรวัดสำคัญในการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และเป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดทั่วโลก ขณะนี้ ทีเส็บได้มอบตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานแก่ผู้ประกอบการนำร่องที่ผ่านการรับรองแล้วจำนวน 42 แห่ง ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้

อีกความสำเร็จครั้งสำคัญก็คือ การจัดประชุมระดมความคิดเห็นกว่า 20 หน่วยงานจากภาครัฐและเอกชนเพื่อกำหนดทิศทางกลยุทธ์ส่งเสริมประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์

นอกจากยกระดับงานเทศกาลทางวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้ว (Home Grown) ให้เป็นงานเมกะอีเวนท์ระดับโลก ที่ประชุมยังมีข้อสรุปร่วมกันในการสร้างอีเว้นท์ขึ้นมาใหม่ ซึ่งในระยะเร่งด่วน จะมีการริเริ่มงานประจำปี “ASEAN Festival” ภายใต้แนวคิด Countdown to AEC ในปลายปีนี้ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศและครองภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำของกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างแท้จริง

นายนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

TCEB has revised its operating plan for the 2015 fiscal year in line with the MICE industry master plan (2014-2018) and through the adoption of 3 key policies, namely WIN – attracting more international MICE events; PROMOTE – promoting Thailand’s image overseas as a global MICE hub; and DEVELOP – enhancing the competitiveness of Thailand MICE industry.

In accordance with the plan, the bureau will drive the industry forward through eight strategies aimed at ensuring industry growth and also strengthening Thailand as the “Top of Mind” MICE destination in Asia.

Meanwhile, TCEB is also designing more aggressive marketing campaigns for both the local and international markets under the 4Ps strategy – Public-Private-People-Partnership – by emphasising the collaboration between local and international organisations in and outside of the MICE industry.

Certainly, Europe, Asia and Oceania remain the major target groups for the international MICE market and here the bureau is moving to strengthen confidence among buyers and increase the number of MICE travellers through bidding promotions for events in the high-end and high-growth markets.

For its part, the domestic MICE market strategy mainly focuses on boosting the meetings and seminars via the “Meetings in Thailand” campaign, expanding the D-MICE to special economic zones and to development projects under the Royal Initiatives and the learning centres of military tourism attractions nationwide as well as CLMV country members (Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam).

In an aggressive move, the bureau and the Association of Domestic Travel (ADT) have formalised their partnership by signing a memorandum of understanding for the expansion of their collaboration to promote the domestic MICE industry and elevate the standards of domestic travel operators from travel agents to destination management companies (DMC).

For the exhibition industry development plan, the TCEB this year is initiating an ASEAN Rising Trade Show (ART) programme on the theme “Think Big, Go Beyond”. The ART is designed to strengthen Thailand by pushing exhibitions as an enabler of economic growth. The bureau is focusing on five major industries, all of which are seen as fundamental to the growth of the AEC.

At a regional level, the bureau has signed a memorandum of understanding on strategic cooperation with key Chinese partners, the China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) Headquarter - Exhibition Department and CCPIT Yunnan Sub Council, to connect Chinese entrepreneurs with ASEAN as well as the Great Mekong Sub-region.

The bureau has also accelerated its efforts in motivating venues to apply for the Thailand MICE Venue Standard (TMVS), which is a crucial measurement in elevating Thailand’s MICE industry standards and an international marketing tool.

To date, the bureau has presented the certified MICE venue standard logo to 42 pioneering operators in MICE Cities.

Another great success was a brainstorming workshop with more than 20 public and private sector organisations in an effort to define the country’s direction in holding international festivals and mega events.

The meeting agreed with the strategic solutions that in addition to upgrading the home-grown events to global mega events, new events should also be created.

For the initial stage, the meeting finalised an agreement on an annual “ASEAN Festival” on the theme “Countdown to AEC” which will be held at the end of this year. The event aims to reinforce the country’s competitiveness and maintain its image as a hub of ASEAN.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President
Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB)

กลยุทธ์ไมซ์ไทยปี'58
ชูการตลาดแบบ 4Ps ดันรายได้แสนล้านบาท

ภายใต้วิสัยทัศน์องค์กรในการพัฒนาประเทศไทยสู่จุดหมายอุตสาหกรรมไมซ์แห่งภูมิภาคเอเชีย ทีเส็บได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติปี 2555-2559 ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การดึงงาน (WIN) ด้วยการประมูลสิทธิ์และการดึงงานเข้าประเทศ กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ และกลยุทธ์การพัฒนา (Develop) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ภายใต้ 8 ยุทธศาสตร์ อันประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมาย ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสนับสนุนอุตสาหกรรม ไมซ์ในประเทศ D-MICE ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ยุทธศาสตร์ที่ 7 การเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ และยุทธศาสตร์ที่ 8 การยกระดับศักยภาพและบทบาทของทีเส็บ

พร้อมกันนี้ ยังได้เพิ่มความเข้มข้นด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศโดยเน้นการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ 4Ps หรือ Public – Private – People – Partnership ซึ่งเป็นโครงสร้างการบริหารความร่วมมือในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ตามกลยุทธ์การตลาดธุรกิจไมซ์แห่งอาเซียน ที่เน้นการดำเนินงานด้านส่งเสริมตลาด การพัฒนาด้านข้อมูลการตลาด และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ระหว่างหน่วยงานภาคีอุตสาหกรรมไมซ์ระดับอาเซียน โดยนำมาประยุกต์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดไมซ์ของไทยในปี 2558 นี้

โดยตลาดไมซ์ต่างประเทศ ทีเส็บเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักในตลาดเอเชีย โอเชียเนีย ร้อยละ 60 ตลาดยุโรป อเมริกาเหนือ ร้อยละ 20 และตลาดแอฟริกา ยุโรปตะวันออกตะวันออกกลาง ร้อยละ 20 มีเป้าหมายที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มลูกค้าและเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศด้วยการส่งเสริมการประมูลสิทธิ์การจัดงานในตลาดระดับบนและตลาดที่มีการเติบโตสูง ซึ่งจะช่วยเพิ่มจำนวนรายได้สู่อุตสาหกรรมได้มากขึ้น

กิจกรรมการตลาดไมซ์ต่างประเทศประกอบด้วย การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน โครงการ VISITOR Promotion – Association ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อกระตุ้นกลุ่มประชุมโครงการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มงานแสดงสินค้านานาชาติ อาทิ Be My Guest Plus / Business Matching หรือ CONNECT Business เป็นต้น การสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพการจัดงานไมซ์ อาทิ Meetings Industry Day IT&CMA and CTW 2015 การส่งเสริมตลาดไมซ์ด้วยการเข้าร่วมงานเทรดโชว์ในต่างประเทศพร้อมผู้ประกอบการไมซ์ เช่น IMEX AMERICA / EIBTM /

AIME / IT&CMA China / IMEX Frankfurt / CIBTM ตลอดจนการส่งเสริมตลาดไมซ์ด้วยการจัดโรดโชว์ การจัดกิจกรรมดูงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยรวมถึงการพัฒนาแบรนด์ ส่งเสริมภาพลักษณ์และการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดผ่านแคมเปญ Thailand CONNECT โดยทีเส็บตั้งเป้าหมายนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศจำนวน 1,036,300 คน เติบโตจากปีงบประมาณ 2557 ร้อยละ 5 คิดเป็นรายได้ จำนวน 106,780 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 10

ขณะที่ตลาดไมซ์ภายในประเทศได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาด้วยการกระตุ้นการประชุมสัมมนาภายในประเทศผ่านแคมเปญ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” ขยายตลาดการประชุมและงานแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) ส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริและศูนย์การเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวทหารทั่วประเทศ ตลอดจนการส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (D-Exhibition) อย่างเต็มรูปแบบ

โดยกิจกรรมการตลาดไมซ์ในประเทศ จะสอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อกระตุ้นให้เกิดการประชุมสัมมนาและงานแสดงสินค้าผ่านแคมเปญ “ประชุมเมืองไทยภูมิใจช่วยชาติ” ในจังหวัดเป้าหมายทั่วประเทศส่งเสริมกิจกรรมไมซ์และกิจกรรมส่งเสริมการขาย Domestic MICE MART และ Familiarization Trip ในจังหวัดไมซ์ซิตี้ ได้แก่ กรุงเทพ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ ขอนแก่น และจังหวัดที่มีศักยภาพ การออกบูธเคลื่อนที่เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการประชุมเมืองไทย Domestic MICE ทั่วประเทศส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (D-Exhibition) และสร้างงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ในจังหวัดไมซ์ซิตี้ รวมถึงการขยายตลาดการประชุมและงานแสดงสินค้าในพื้นที่บริเวณตะเข็บชายแดนร่วมกับหอการค้าไทย และพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) การส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริและแหล่งท่องเที่ยวทหาร การสร้างเวทีการขายในหน่วยงานภาคี เช่น นิคมอุตสาหกรรม หอการค้า และ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการกระตุ้นตลาดชาวต่างชาติ ผ่านตลาดหอการค้าต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น อินเดีย ไต้หวัน จีน เป็นต้น ตลอดจนการทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศปี 2560-2564 โดยทีเส็บตั้งเป้าหมายนักเดินทางกลุ่มไมซ์ภายในประเทศจำนวน 18,343,500 คน เติบโตจากปี 2557 ร้อยละ 5 คิดเป็นรายได้ จำนวน 14,230 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 จากปีที่ผ่านมา

MICE 2015 STRATEGIC PLAN

UNDERLINING 4PS TO GENERATE REVENUES OF BT100 BILLION

As part of its organisational vision to develop Thailand as a preferred destination for the MICE industry in Asia, TCEB has designed a strategic plan that's in line with the MICE industry master plan (2014-2018). The plan is composed of 3 key policies, namely WIN – attracting more international MICE events; PROMOTE – promoting Thailand's image overseas as a global MICE hub; and DEVELOP – enhancing the competitiveness of Thailand MICE industry.

The bureau is moving forward with the plan through 8 clearly defined strategies. The first is to maintain existing markets and expand to new markets; the second, to develop Thailand as the "Top of Mind" MICE destination in Asia; the third is to enhance the continued growth of the D-MICE industry; the fourth, to develop MICE Cities and turn them into MICE leaders in the region; the fifth is to differentiate the Thailand MICE market from others and add value through the creative economy; the sixth, to develop MICE infrastructure; the seventh to strengthen the cooperation network at both the local and international levels; and the eighth is to enhance the role and potential of TCEB.

The bureau is also designing more aggressive marketing campaigns for both the local and international markets by emphasizing the 4Ps strategy – Public-Private-People-Partnership. This is a collaborative management structure to promote the MICE business in line with the ASEAN MICE marketing strategy, which focuses on marketing promotion, marketing database development and exchange of MICE knowledge among ASEAN MICE strategic partners. The ASEAN model has been applied in the drawing up of Thailand's MICE marketing strategy for 2015.

In terms of the international MICE market, TCEB is focusing on key target groups in Asia and Oceania, which represent 60 per cent of the total market and North America (20 per cent), The remaining 20 per cent come from Africa, Eastern Europe and the Middle East.

In line with TCEB's goal to enhance confidence among buyers and increase the number of international MICE travellers coming to Thailand, the

bureau will actively support the bidding for events in the high-end and high-potential markets, thus helping to increase industry revenue.

International marketing activities include the appointment of Overseas Marketing Representatives and financial support for the representatives' activities including a VISITOR Promotion – Association project. Marketing promotions for exhibitions include Be My Guest / Business Matching and CONNECT Business.

The TCEB also provides support for the hosting of such events as Meetings Industry Day IT&CMA and CTW 2015. In addition, the bureau promotes the broader MICE market by teaming up with MICE operators to participate in international trade shows including IMEX AMERICA / EIBTM / AIME / IT&CMA China / IMEX Frankfurt and CIBTM.

The bureau also organises road shows and Fam Trips to boost confidence in Thailand's potential and readiness as a MICE destination while working to develop the brand, enhance the image and implement the strategic marketing plan through the Thailand CONNECT campaign.

TCEB expects to welcome 1,036,300 international MICE travellers to Thailand in 2015, an increase of 5 per cent over the same period last year, and see a 10-per-cent growth in revenue to Bt106.78 billion.

TCEB has meanwhile been implementing its strategy to develop the domestic MICE industry through the "Meetings in Thailand" campaign. The bureau will extend meetings and exhibitions to special economic zones and CLMV country members (Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam), promote meetings and incentives in development projects under the Royal Initiatives and the learning centres of military tourism attractions nationwide as well as fully promote D-Exhibitions.

The D-MICE marketing activities are in line with the DEVELOP strategy to motivate organisers to hold meetings and exhibitions in target provinces through the "Meetings in Thailand" campaign.

Moreover, the bureau will also organise Domestic MICE Marts and Familiarization trips to the MICE Cities of Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai and Khon Kaen as well as other potential cities. A mobile booth will be provided to promote D-MICE and D-Exhibitions nationwide and develop large-scale events in the MICE Cities.

In addition, the bureau will join forces with the Thai Chamber of Commerce to expand the meeting and exhibition markets in the border areas and special economic zones as well as CLMV. The bureau will promote meetings and incentives in the development projects under the Royal Initiatives and military tourist attractions.

In parallel, the bureau will create Table-Top Sales among strategic partners including industrial estates, the Thai Chamber of Commerce and Stock Exchange of Thailand (SET). The expat market will be stimulated through such foreign chambers of commerce as Japan, India, Taiwan and China.

For the longer term, the TCEB has designed a strategy for domestic MICE marketing promotion from 2017-2021. In the 2015 fiscal year, the TCEB expects 5-per-cent growth over the same period last year to 18,343,500 domestic MICE travellers, and a 5-per-cent growth in revenue to Bt14.23 billion.

เผยแผนธุรกิจ การแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2558

โครงการ ASEAN Rising Tradeshow เสริมความแข็งแกร่งไมซ์ไทยรับ การแสดงสินค้าระดับภูมิภาค

ทีเส็บ เผยแผนดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2558 ด้วย 3 กลยุทธ์หลัก พร้อมเปิดตัวแคมเปญ ASEAN Rising Trade Show เป็นกลไกสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย เตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเสริมความแข็งแกร่งของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของภูมิภาคเอเชีย

เมื่อปลายเดือนมกราคมที่ผ่านมา ทีเส็บ ได้จัดงาน Thailand International Exhibitions & Events Forum 2015 ซึ่งเป็นเวทีสำคัญในการนำเสนอทิศทางการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ในการส่งเสริมและยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันในภูมิภาคเอเชีย โดยปีงบประมาณ 2558 นี้ ทีเส็บวางแผนดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก คือ การยกระดับงานแสดงสินค้านานาชาติ การสนับสนุนด้านการเงินเพื่อการดำเนินงานด้านการตลาด และการขยายขอบเขตความร่วมมือเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ภายใต้กลยุทธ์การยกระดับงานแสดงสินค้านานาชาติ ทีเส็บ ได้ริเริ่มการดำเนินโครงการ ASEAN Rising Trade Show (ART) ภายใต้แนวคิด Think Big, Go Beyond เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

ART เป็นแคมเปญเสริมความแข็งแกร่งของประเทศไทย ด้วยการผลักดันให้ธุรกิจการแสดงสินค้าเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญทางเศรษฐกิจ โดยชู 5 อุตสาหกรรมหลักของประเทศซึ่งเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานตามแนวโน้มการเติบโตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมพลังงาน อุตสาหกรรมอาหารและสินค้าเกษตร อุตสาหกรรมสุขภาพ และอุตสาหกรรมโครงสร้างพื้นฐาน

โครงการนี้มีระยะเวลาดำเนินการ 3 ปี (2558-2560) โดยงานแสดงสินค้านานาชาติที่ผ่านการคัดเลือก ต้องเป็นงานแสดงสินค้าซึ่งมีแนวคิดด้านการตลาดในเชิงสร้างสรรค์ พร้อมส่งเสริมธุรกิจอย่างยั่งยืน มีศักยภาพในการดึงดูดผู้ประกอบการจากประเทศสมาชิกอาเซียนมาร่วมแสดงสินค้าและสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย

ทั้งนี้ งานแสดงสินค้านานาชาติที่ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ ASEAN Rising Trade Show ประกอบด้วยงาน Horti Asia 2015 งาน Food Ingredients Asia 2015 งาน Food & Hotel Thailand 2015 งาน TFBO & TRAFS 2015 ภายใต้อุตสาหกรรมอาหารและการเกษตร, งาน Automotive Manufacturing 2015 งาน Assembly and Automation Technology 2015 ภายใต้อุตสาหกรรมยานยนต์, งาน Renewable Energy 2015 งาน 3W Expo 2015 งาน PEA Presents EcolightTech Asia 2015 ภายใต้อุตสาหกรรมพลังงาน, งาน Thailand Lab 2015 ภายใต้อุตสาหกรรมสุขภาพ, และงาน Smart Rail 2015 งาน ASEAN Ceramics 2015 ภายใต้อุตสาหกรรมโครงสร้างพื้นฐาน

โครงการ ART ยังสอดคล้องกับกลยุทธ์การให้การสนับสนุนด้านการเงินเพื่อกระตุ้นงานด้านตลาดต่างประเทศ ผลักดันให้ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติเร่งพัฒนาคุณภาพและกิจกรรมการตลาดใหม่ๆ เพื่อให้สามารถดึงดูดผู้เข้าชมงานและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากขึ้น

นอกจากนี้ ทีเส็บยังจัดงาน TIEEF 2015 Dinner Forum เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์โดยเฉพาะอุตสากรรมการแสดงสินค้านานาชาติ จากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนทั้งในและต่างประเทศได้พบปะแลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์เพื่อนำไปพัฒนาอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติของไทย และอาเซียนให้แข็งแกร่ง โดยมีปาฐกถาพิเศษจากนักเศรษฐศาสตร์ชื่อดังระดับโลก คือ Mr. Roger Martin Fagg นำเสนอภาพรวมเศรษฐกิจมหภาพที่จะมีผลกระทบต่อเอเชียและประเทศไทย รวมถึงการบรรยายพิเศษเกี่ยวกับสร้างแบรนด์ของเมือง Amsterdam ประเทศเนเธอร์แลนด์ ให้กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการจัดประชุมที่สำคัญของยุโรป ช่วยจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้เกี่ยวข้องให้สามารถนำความรู้มาปรับใช้กับพัฒนาภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในไทย

ส่วนกลยุทธ์การขยายภาคีความร่วมมือเพื่อรองรับ AEC นั้น ทีเส็บสานต่อโครงการ ASEAN MICE Collaboration ซึ่งริเริ่มมาตั้งแต่ปี 2554 เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานระดับสมาคมและภาครัฐ อันจะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความแข่งแกร่งให้กับภาคเอกชนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในอาเซียน

จากการดำเนินงานตามแผนส่งเสริมอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติในปี 2558 ทีเส็บคาดว่า จะสามารถดึงนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติเป็นจำนวน 190,400 ราย นำรายได้เข้าประเทศไทยประมาณ 17,000 ล้านบาท

STRATEGIC EXHIBITION PLAN FOR 2015

CREATING ASEAN RISING TRADE SHOWS TO STRENGTHEN INDUSTRY FOR AEC

TCEB recently announced its operating plan for the development of the international exhibition industry in 2015, which is to be implemented through three strategies and includes a new ASEAN Rising Trade Show campaign to drive economic growth. The campaign is designed to prepare for the start of the ASEAN Economic Community and to strengthen Thailand as a preferred destination for exhibitions in Asia.

In late January 2015, TCEB held the Thailand International Exhibition & Events Forum 2015 to introduce the new directions for the exhibition business. Among them is a strategy to promote and elevate the quality of the international exhibition industry in Thailand to take account of competition in Asia.

TCEB's operating plan for the 2015 fiscal year aims to enhance the exhibition industry through 3 major strategies: upgrading international exhibitions; financial support for international marketing activities; and expanding the ASEAN MICE Collaboration programme to prepare for the AEC.

As part of its strategy to upgrade international exhibitions, TCEB has initiated the ASEAN Rising Trade show (ART) campaign on the theme "Think Big, Go Beyond" in preparation for the AEC, which comes into effect in 2015.

The ART is designed to strengthen Thailand by pushing exhibitions as an enabler of economic growth. The bureau is focusing on five major industries – automotive, energy, food & agriculture, healthcare & wellness, and infrastructure – all of which are seen as fundamental to the growth of the AEC.

The ASEAN Rising Trade Show is a three-year programme slated to run from 2015 to 2017. Criteria for participation in the campaign include exhibitions with creative marketing ideas, those that promote sustainable business and those with the potential to attract business entrepreneurs in ASEAN to exhibitions in Thailand. The campaign also seeks to drive the growth of the trade show industry in Thailand.

The exhibitions meeting the selection criteria and which have been

chosen to participate in the ASEAN Rising Trade Show are Horti Asia 2015, Food Ingredients Asia 2015, Food & Hotel Thailand 2015, TFBO & TRAFS 2015, Automotive Manufacturing 2015, Assembly and Automotive Technology 2015, Renewable Energy 2015, 3W Expo 2015, PEA Presents EcolightTech Asia 2015, Thailand Lab 2015, Smart Rail 2015, and ASEAN Ceramic 2015.

The ART campaign is in line with the bureau's financial support for activities that motivate overseas markets. The programme also encourages entrepreneurs and exhibition organisers to speed up and uplift the development of products, the quality of shows and develop new marketing activities in order to draw visitors and attract a wider range of target groups.

TCEB also organised the TIEEF 2015 Dinner Forum, inviting local and international entrepreneurs in the MICE industry, particularly those involved in private and public sector exhibitions, to exchange visions for exhibition industry development in Thailand and ASEAN.

Renowned economist Mr. Roger Martin Fagg gave the keynote speech and offered an overview of the macroeconomic outlook that will affect Asia and Thailand. Another keynote lecture covered brand building in Amsterdam, the Netherlands, to turn the city into a hub for tourism and a leading event venue in Europe. The talk is expected to help inspire delegates to come up with creative ideas to develop the MICE industry image in Thailand.

Meanwhile, TCEB is moving forward with the ASEAN MICE Collaboration programme initiated in 2011 to connect associations and organisations in the public and private sectors. This is vital to strengthening the access of the private sector to target groups in the international market, and especially ASEAN countries.

Thanks to the strategic plan for the development of the international exhibition industry in 2015 and the new initiative, TCEB expects to welcome 190,400 visitors to exhibitions in Thailand, generating revenue of Bt17 billion.

บรรณาการความร่วมมือ ทีเส็บ-สทน. สร้างมาตรฐานทัวร์รองรับการจัดงานไมซ์

ทีเส็บและสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทน.) ได้ร่วมมือกันจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นตลาดไมซ์ในประเทศภายใต้โครงการ D-MICE Package ปี 2557 ในปีงบประมาณ 2558 นี้ ทีเส็บได้ลงนามบันทึกความร่วมมือกับ สทน. ขยายความร่วมมือส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ เร่งยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการทัวร์รองรับตลาดทั้งในประเทศ และกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และ เวียดนาม หรือ CLMV ตั้งเป้าอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศปีนี้เติบโตร้อยละ 10 สร้างรายได้กว่าหนึ่งหมื่นล้านบาท

นายนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเส็บ เปิดเผยว่า ตามแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศปีงบประมาณ 2558 ทีเส็บ จะดำเนินการในเชิงรุกมากขึ้นผ่านการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ในรูปแบบของ “4Ps” (Public – Private – People – Partnership) โดยนอกจากด้านแผนงานและการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแล้ว ยังเป็นการประสานความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ และบุคคลากรที่เป็นมืออาชีพ ซึ่ง สทน. เป็นอีกหนึ่งพันธมิตรสำคัญของทีเส็บที่มีความร่วมมือกันมาอย่างยาวนาน

การลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่าง ทีเส็บ และ สทน. เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2558 มีจุดประสงค์หลักเพื่อร่วมกันส่งเสริมให้มีการจัดประชุมและการแสดงสินค้าในประเทศไทยทั่วภูมิภาค รวมไปถึงการสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการให้แก่สมาชิก สทน. ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่สำคัญ ทั้งสององค์กรจะสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ รวมถึงการเชื่อมต่อฐานข้อมูล เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการร่วมพัฒนาฐานข้อมูล และยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ให้ไปสู่มาตรฐานสากลต่อไป

นอกจากนี้ ยังเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยวต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในการสร้างรายได้ และกระจายรายได้ไปสู่ภาคส่วนต่างๆ ตลอดจนกระตุ้นการพัฒนาสังคมและชุมชนท้องถิ่น โดยปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศสามารถสร้างรายได้กว่า 11,017 ล้านบาท

ตามกรอบความร่วมมือดังกล่าว ทีเส็บและสทน. จะร่วมกันเร่งดำเนินการใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ (1) การส่งเสริมตลาด CLMV (2) การส่งเสริมตลาดในประเทศ และ (3) การพัฒนาผู้ประกอบการนำเที่ยวภายในประเทศ

ด้านการส่งเสริมตลาด CLMV ทีเส็บ จะเร่งพัฒนาสินค้าและบริการรวมไปถึงเส้นทางใหม่ในการรองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการเดินทางจากประเทศกลุ่ม CLMV ผ่านจังหวัดตามแนวตะเข็บชายแดนของประเทศไทยสู่เมืองไมซ์ซิตี้ พร้อมทั้งวิจัยด้านการตลาด วิเคราะห์แนวโน้มของการเติบโตอุตสาหกรรมไมซ์ของกลุ่ม CLMV ทั้งนี้ ทีเส็บจะร่วมกับ สทน. จัดกิจกรรมสำรวจเส้นทางและส่งเสริมการขายในตลาด CLMV โดยพบปะผู้ประกอบการนำเที่ยว (Travel Agent) ในกลุ่มประเทศดังกล่าว เพื่อรับทราบถึงข้อมูลและพฤติกรรมการใช้สินค้าและบริการด้านไมซ์ในประเทศไทย โดยเฉพาะตลาดเวียดนาม

ด้านการส่งเสริมตลาดในประเทศ จะมีการดำเนินการใน 3 โครงการ ได้แก่ (1) การส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและการจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่เขตทหารและโครงการพระราชดำริ โดยจัด Fam Trip ใน 3 เส้นทางใหม่ ให้กับสมาชิกของ สทน. ได้แก่ เส้นทางลำปาง สตูล เพชรบุรี รวมถึงการจัดแพ็กเกจส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการเดินทาง (2) โครงการ 2nd TDMM 2015 โดยเชิญผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก สทน. เข้าร่วมงาน Trade meet ในกรุงเทพฯ และไมซ์ซิตี้ (3) โครงการสร้างการรับรู้สินค้าและบริการ (Familiarization Trip) โดยให้สมาชิกของสมาคมฯ ร่วมเป็นผู้นำเสนอเส้นทางสำหรับการจัด Fam Trip

ส่วนด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ ทีเส็บ เดินหน้าโครงการยกระดับผู้ประกอบการ (DMC Standard) โดยเป็นการยกระดับผู้ประกอบการนำเที่ยวทั่วไป (Travel Agent) ให้เป็นบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ (DMC) ซึ่ง สทน. ได้มีส่วนร่วมในการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อจัดทำร่างมาตรฐานการดำเนินงานของบริษัท DMC

สำหรับกลยุทธ์การพัฒนาตลาดไมซ์ในประเทศปี 2558 ทีเส็บจะเร่งดำเนินการใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ การกระตุ้นการประชุมสัมมนาภายในประเทศผ่านแคมเปญ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” การขยายตลาดการประชุมและงานแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและกลุ่ม CLMV การส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริและแหล่งท่องเที่ยวทหาร และการส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า (D-Exhibition) เต็มรูปแบบ

TCEB-ADT COLLABORATION
UPGRADING TRAVEL AGENTS STANDARD FOR MICE EVENTS

After TCEB and Association of Domestic Travel (ADT) teamed up to stimulate domestic MICE market through D-MICE package 2014, tceb has signed a memorandum of understanding with the ADT for an expansion of collaboration to promote domestic MICE industry and elevate standard of domestic travel operators in preparation for both local market and those in CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam). The bureau set a target that the domestic MICE industry this year will grow by 10 per cent and generate over Bt10 billion in revenue.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, TCEB's President revealed that following MICE development plan in the 2015 fiscal year, TCEB will move forward more aggressive strategy through 4Ps (Public – Private-People – Partnership). In addition to strategic plan and marketing activities, there is collaboration in exchange of information, knowledge and professionals. Among strategic partners, the ADT and TCEB has cooperation for a long time.

The MOU signing between the two parties on January 12, 2015 has a major goal to jointly promote domestic MICE throughout the country as well as educate the ADT members and other organisations concerned to know and understanding about MICE industry.

Importantly, both sides can exchange information, knowledge and link database system to jointly develop database and elevate domestic MICE industry to meet the international standard.

In addition, the partnership will also underline the importance of MICE and the tourism industry as a driver for the country's economic growth by generating revenue, distributing income to various sectors as well as stimulating social and local community development. Last year, the domestic MICE industry contributed over Bt11 billion in revenue.

According to the TCEB-ADT collaborative agreement, both parties will jointly implement in 3 major areas: promote CLMV market, promote domestic market and develop domestic travel agents.

For the CLMV market promotion, the bureau will speed up the development of products and services as well as new travel routes to serve target groups travelling from the CLMV member countries along bordering roads to MICE Cities. Meanwhile, both parties will jointly carry out a market research and analyse trends of MICE industry growth in the CLMV market.

The TCEB and ADT will arrange the trips to survey the routes and organise sale promotion activities in CLMV market by meeting the travel agents in each country to get information and know purchasing bahaviours on MICE products and services in Thailand particularly Vietnam.

For the domestic market promotion, both parties will implement 3 tasks. Firstly, the TCEB and ADT will promote the meetings, seminars and MICE events in the military areas and Royal project development projects through Fam Trip for the ADT members in 3 new routes -- Lampang, Satun and Phetchaburi. Promotional package will also be created to stimulate travelling.

Secondly, the bureau will organise the 2nd TDMM 2015 by inviting the ADT members to participate in trade meet session in Bangkok and MICE Cities.

Thirdly, the Familiarization Trip will be arranged by allowing the ADT members to join in selecting the routes.

While, the collaboration for travel agent development requires to elevate common travel agents to become DMC (Destination Management Company). Earlier, the ADT took part in a brainstorming meeting to set the standard of DMC.

This year, the TCEB will gear up the strategy for domestic MICE industry development through 4 major plans: motivate domestic meetings through "Meetings in Thailand" campaign; expand the meeting and exhibition market in special economic zones and CLMV group; promote the meetings and incentive travel in the Royal development projects and military areas; and fully support domestic exhibitions.

THAILAND MICE VENUE STANDARD
สร้างมาตรฐานสถานที่จัดประชุมขับเคลื่อนไมซ์อาเซียน

ทีเส็บ ริเริ่มโครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard) เป็นประเทศแรกในอาเซียนเมื่อปีที่ผ่านมา โดยมีผู้ประกอบการไมซ์ใน 6 พื้นที่เป้าหมายสนใจเข้าร่วมรับการประเมินเป็นจำนวนกว่า 80 ราย ล่าสุด ทีเส็บได้ประกาศผลการประเมินตรวจสอบและมอบตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์แก่ผู้ประกอบการไมซ์นำร่องทั้งสิ้น 42 แห่ง ซึ่งจะเป็นมาตรวัดสำคัญในการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และเป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดทั่วโลก

ทั้งนี้ ทีเส็บ ได้จัดงานพิธีมอบตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย และงานสัมมนา “MICE Standard day 2015” เมื่อปลายเดือนมกราคมที่ผ่านมา โดยมีผู้ประกอบการไมซ์ที่ผ่านมาการรับรองมาตรฐาน 42 แห่ง ประกอบด้วย ศูนย์ประชุม 3 แห่ง โรงแรมหรือรีสอร์ท 34 แห่ง และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน 5 แห่ง รวมเป็นจำนวนห้องประชุม 114 ห้อง

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา รองผู้อำนวยการสายงานบริหารและสนับสนุนกลยุทธ์ ทีเส็บ กล่าวว่า สถานประกอบการทั้ง 42 แห่งนี้ จะบรรจุอยู่ในรายชื่อสถานประกอบการไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (Approved list) และจะได้รับการประชาสัมพันธ์ไปทั่วโลกในฐานะสถานที่จัดงานไมซ์ที่ได้มาตรฐานสากล

“ทีเส็บ มุ่งหวังว่า การมอบตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย จะช่วยสร้างความตื่นตัวให้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ไทยในการพัฒนาศักยภาพตนเอง และสร้างความมั่นใจแก่ผู้จัดงานไมซ์ทั้งในและต่างประเทศในการดึงงานไมซ์มาจัดในประเทศไทยในอนาคต” นายจิรุตถ์ กล่าว

จากปีแรกที่มุ่งเน้นห้องจัดประชุมของโรงแรมระดับ 3 และ 4 ดาว ใน 6 พื้นที่เป้าหมาย คือ เมืองไมซ์ซิตี้ทั้ง 5 แห่ง (กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ และขอนแก่น) และหาดใหญ่ ในปีงบประมาณ 2558 นี้ ทีเส็บ ยังคงเน้นเมืองไมซ์ซิตี้เป็นหลัก และขยายโครงการไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพ เช่น หัวหิน ราชบุรี กาญจนบุรี และนครราชสีมา และครอบคลุมถึงสถานที่จัดงานพิเศษ และการแสดงสินค้าด้วย โดยทีเส็บ ตั้งเป้าว่า จะกระตุ้นให้มีสถานประกอบการไมซ์ไทยเข้าร่วมโครงการพัฒนาและประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานทั้งสิ้น 120 แห่ง

นางนิชาภา ยศวีร์ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ กล่าวเสริมว่า ตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานจะมีระยะเวลา 2 ปี แต่หากมีการร้องเรียนจากผู้ใช้บริการ คณะกรรมการประเมินโครงการก็สามารถเข้าไปตรวจสอบข้อเท็จจริงได้

“ผลจากการประเมินโครงการนำร่องพบว่า ปัญหาส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องระบบความปลอดภัย เช่น ระบบสปริงเกอร์ การสำรองน้ำ สำรองไฟ ซึ่งผู้ประกอบการบางรายไม่ทราบว่าจะต้องมี ดังนั้นเป็นโอกาสดีที่ทำให้ผู้ประกอบการได้รับรู้ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงาน ทั้งนี้ ทีเส็บ ให้บริการคำปรึกษาฟรี และให้การสนับสนุนด้านงบประมาณสำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ”

นางประชุม ตันติประเสริฐสุข ประธานคณะกรรมการฝ่ายส่งเสริมการขาย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และกรรมการประเมินโครงการ กล่าวยืนยันว่า มาตรฐานนี้จะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างแน่นอน จากประสบการณ์ด้านการขายของโรงแรมพบว่า ความมั่นใจในตัวสินค้าเป็นสิ่งสำคัญมาก ฉะนั้นการมีตราสัญลักษณ์จะเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตรวจสอบสถานที่จริง (site inspection) หลายครั้ง

นอกจากเรื่องการรักษ์โลก สุขอนามัย และการประหยัดพลังงานแล้ว อีกมาตรการสำคัญคือ แผนรับมือเหตุการณ์ฉุกเฉิน (contingency plan) ระบบสำรองน้ำ และเครื่องปั่นไฟฟ้า เป็นต้น

นางประชุมกล่าวอีกว่า การจัดทำห้องละหมาดก็ถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับตลาดอาเซียนซึ่งจะมีการเดินทางของชาวมุสลิมเป็นจำนวนมาก โดยคณะกรรมการได้ให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการโรงแรมในเรื่องนี้ด้วยเช่นกัน

ในขณะที่ นายทาลูน เทง เลขาธิการสมาคมการแสดงสินค้านานาชาติ (ไทย) กล่าวเสริมว่า เทคโนโลยีสำหรับห้องประชุมเป็นสิ่งจำเป็น เช่น video projector กลายเป็นมาตรฐานที่ผู้ประกอบการโรงแรมจะต้องจัดหาให้กับลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งแนวโน้มจะมีการนำเทคโนโลยีมาให้บริการในห้องประชุมมากขึ้น เนื่องจากมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง

สิ่งที่น่าสังเกตุอีกประการคือ ผู้ประกอบการโรงแรมหลายรายมีความประสงค์จะปรับปรุงมาตรฐานสถานที่จัดงานของตนเอง แต่ไม่รู้ว่าจะต้องทำอะไรบ้าง ขาดความคิดสร้างสรรค์และการริเริ่มใหม่ๆ เช่น รูปแบบการจัดเลี้ยงที่หลากหลาย เป็นต้น

นายทาลูน เสนอแนะอีกว่า นอกจากมาตรฐานสถานที่จัดงานแล้ว อยากให้มีการยกระดับมาตรฐานผู้จัดงาน (organisers) ด้วยเช่นกัน ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีการกำหนดมาตรฐานผู้จัดงาน โดยเฉพาะในเรื่องความปลอดภัยในระหว่างการปฏิบัติงาน

นอกจากการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการไมซ์ที่ยังไม่ได้ผ่านการประเมินเร่งการพัฒนาและเข้าสู่โครงการตรวจประเมินรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานแล้ว ทีเส็บได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยมหิดลเพื่อจัดทำแผนแม่บท 5 ปี (2558-2562) พัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย พร้อมกับเร่งดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในหลายๆ ด้าน เช่น องค์ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการศูนย์ประชุม (Venue Management Course) โดยความร่วมมือจากสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)

ขณะเดียวกัน ทีเส็บ ได้ผลักดันมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยเข้าสู่การพิจารณาของประเทศสมาชิกอาเซียนในการประชุมพิเศษ ครั้งที่ 1 ว่าด้วยมาตรฐานห้องประชุมอาเซียน 1st Special Meeting on ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) Category: Meeting Room ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดขึ้นเมื่อเดือนธันวาคมปีที่ผ่านมา โดยสมาชิกประเทศอาเซียนที่เข้าร่วมประชุมต่างเห็นพ้องในการนำมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยเป็นต้นแบบพัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานของอาเซียนต่อไป พร้อมทั้งให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการหรือ ASEAN MICE Venue Standard Workshop ในวันที่ 30-31 มีนาคมนี้

THAILAND MICE VENUE STANDARD

NEW INITIATIVE TO DRIVE ASEAN MICE INDUSTRY

Since TCEB initiated the Thailand MICE Venue Standard (TMVS) project last year, the first country in ASEAN to do so, more than 80 MICE operators in 6 target areas have taken part in the scheme. TCEB recently announced the result of its assessments and presented the certified MICE venue standard logo to 42 pioneering operators. The TMVS, which can be used as a marketing tool worldwide, is considered a crucial measurement to elevate Thailand's MICE industry standards.

TCEB held the Thailand MICE Venue Standard Certificate Presentation Ceremony along with a seminar on "MICE Standard Day 2015" in late January 2015. The 42 certified operators comprise 3 convention centres, 34 hotels and resorts, and 5 public and private organisations with a total of 114 meeting rooms.

Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, Vice President of TCEB's Administration and Strategic Support, said that the 42 certified operators will be put on an Approved List and promoted worldwide as MICE venues of international standard.

"The TCEB expects that the presentation of Thailand MICE venue standard logos will encourage Thai MICE operators to develop their capabilities and build confidence among local and international organisers in attracting events to be held in Thailand," Mr. Chiruit said.

The first year of the project focused on three and four-star hotels in 6 target locations in 5 MICE Cities (Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai and Khon Kaen) and Hat Yai. For the 2015 fiscal year, the bureau is retaining its emphasis on MICE Cities and expanding the project to other potential areas including Hua Hin, Ratchaburi, Kanchanaburi and Nakhon Ratchasima.

In addition to the meeting rooms, the bureau is now extending the project to cover special event venues and exhibition halls and is this year targeting 120 MICE operators to apply for the project.

Mrs. Nichapa Yoswee, Director of TCEB's MICE Capabilities Department, added that the logo of MICE Venue Standard is valid for two years from the date of issue. If there are any complaints from customers, the assessment committee will be able to ask for an inspection.

"The assessments found that most of problems involve safety systems such as sprinkle, water and power reserves. Some operators are unaware that they must provide this equipment. The project offered a good opportunity to operators to obtain information from professionals to serve as guidelines for their venue standard improvement. TCEB provides a free consultancy service and subsidies for participating operators," Mrs. Nichapa said.

Mrs. Prachoom Tantiprasertsuk, Chair of TICA Marketing Committee and a TMVS assessment committee member, reaffirmed that this standard will serve as a major tool in driving forward Thailand's MICE industry. Experience in sales at the hotels has underlined the importance of client confidence in products. The TMVS logo will therefore enhance buyers' confidence and help them reduce travel expenses by decreasing the number of site inspections needed.

In addition to environmental concerns, hygiene and energy saving, other crucial measures include contingency planning, water reserve systems and power generators.

Mrs. Prachoom added a Muslim Prayer Room is also essential in preparing for the ASEAN market and its large number of Muslim travellers. The committee has therefore suggested that operators provide such a facility.

For his part, Mr. Thalun Theng, Secretary General, Thai Exhibition Association (TEA), added that technology for the meeting rooms was also necessary. For example, a video projector is now standard and hotel operators must provide this free of charge. Advancements in the field mean that more technology will be adopted to modernise the meeting rooms.

It is noticeable that many hotel operators want to improve their venue standards but don't know what they have to do. They also suffer from a lack of creativity and are slow to adopt new initiatives such as offering a variety of banquet styles.

Mr. Theng suggested that in addition to venue standard, the TCEB should also elevate organiser standards. At present, Thailand has no standard for the organisation of events, particularly in terms of safety requirements during such events.

As well as campaigning for MICE operators to speed up their development and apply for the TMVS assessments, the TCEB is collaborating with Mahidol University on a five-year master plan (2015-2019) for the Thailand MICE Venue Standard.

The bureau is also moving forward with the development of certified operators in all aspects and will be offering a venue management course in partnership with TEA and TICA.

In December last year, TCEB hosted the 1st Special Meeting on ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) Category: Meeting Room where the ASEAN country members all agreed to apply the TMVS as a model for further development of ASEAN MICE Venue Standard.

Thailand has been chosen as the host for an ASEAN MICE Venue Standard Workshop on March 30-31, 2015.

สานสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ ไทย-จีน
เชื่อมการค้าอาเซียนและลุ่มแม่น้ำโขง

ทีเส็บ ลงนามข้อตกลงความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับหน่วยงานพันธมิตรหลักในประเทศจีน ได้แก่ China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) Head Quarter - Exhibition Department, and CCPIT Yunnan Sub-Council ภายใต้แคมเปญความร่วมมืออุตสาหกรรมไมซ์แห่งอาเซียนซึ่งจะเชื่อมผู้ประกอบการจีนกับผู้ประกอบการในอาเซียนรวมถึงกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขงด้วย

ทีเส็บ เล็งเห็นถึงธุรกิจในมณฑลยูนนานที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่อนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงถือเป็นประตูที่เชื่อมโยงระหว่างจีนกับเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยสภาพภูมิประเทศเชิงภูมิศาสตร์ที่หลากหลายและศักยภาพการพัฒนาอย่างมากมาย

ดังนั้น การลงนามข้อตกลงความร่วมมือในครั้งนี้ถือเป็นก้าวสำคัญสู่ความสำเร็จในความร่วมมือระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการค้าระหว่างกันผ่านเวทีการจัดงานแสดงสินค้าในสองประเทศ และมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนต่อไป

ทั้งนี้ พิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือดังกล่าวจัดขึ้น ณ โรงแรมเอ็มพาร์ค ในเมืองคุนหมิง ประเทศจีน เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2558 ในระหว่างการจัดประชุม 11th China Expo Forum for International Cooperation (CEFCO) โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สภาธุรกิจ สมาคม และผู้ประกอบการนำเที่ยวด้านไมซ์ของจีน ร่วมเป็นสักขีพยาน

ตลาดจีนถือเป็นตลาดหลักสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยโดยมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากจีนมายังประเทศไทยจำนวน กว่า 120,000 คน ในปี 2557 สร้างรายได้ถึงหนึ่งหมื่นล้านบาท โดยทีเส็บ และพันธมิตรจีนได้ร่วมมือกันในการกำหนดเป้าหมายพัฒนาอุตสาหกรรมด้วยความเข้าใจร่วมกันผ่านการแลกเปลี่ยนระหว่างสองประเทศกันมากขึ้น

ในฐานะผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ ทีเส็บพยายามสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาวและยั่งยืน โดยความร่วมมือทวิภาคีครั้งนี้แสดงถึงการปฏิสัมพันธ์ที่แนบแน่นมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อทั้งสองประเทศ และภูมิภาค นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะช่วยให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายในการต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 1,036,300 คน ในปี 2558 และสร้างรายได้ราว 106,780 ล้านบาท

สำหรับข้อตกลงความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์ระยะยาวระหว่างสองฝ่ายจะครอบคลุมในหลายด้าน ได้แก่ การปรับปรุงและขยายการส่งเสริมการค้าและอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างมณฑลยูนนานประเทศจีน กับประเทศไทย, แลกเปลี่ยนและปรับปรุงข้อมูลและเอกสารเผยแพร่ด้านการค้า, กระตุ้นคณะผู้แทนการค้า การเยือนระหว่างประเทศของนักธุรกิจ ตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านไมซ์ อาทิ การแลกเปลี่ยนเนื้อหาสาระและข้อมูล รวมถึงการวิจัยทางวิชาการ การจัดประชุมองค์กร การสัมมนา และ การฝึกอบรมระยะสั้น

ทั้งสองฝ่ายเชื่อมั่นว่า นโยบายเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าด้วยความเข้าใจร่วมกันและมิตรภาพที่แน่นแฟ้นมากขึ้น ผ่านการแลกเปลี่ยนบุคคลากร วัฒนธรรม และเศรษฐกิจระหว่างสองประเทศ

THAILAND-CHINA LONG-TERM PARTNERSHIP

CONNECTING TRADE WITH ASEAN AND GMS

TCEB has signed a memorandum of understanding on strategic cooperation with key Chinese partners, the China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) Headquarter - Exhibition Department and CCPIT Yunnan Sub-Council, as part of its ASEAN MICE Collaboration campaign that seeks to connect Chinese entrepreneurs with ASEAN as well as the Great Mekong Sub-region.

TCEB foresees that business in Yunnan Province will continue to grow rapidly, especially in the construction and infrastructure sectors, while the Greater Mekong Sub-region is a golden gateway connecting China to South Asia and Southeast Asia with its diverse geographic landscape and vast areas for potential development. The MOU signed between the two parties is thus a solid step to success in regional collaboration in exchange for trade promotion via the exhibition platforms of both countries and will play a vital role in furthering bilateral trade and investment.

The MOU Signing Ceremony was held at the Empark Hotel in Kunming, China, on January 15, 2015 during the 11th China Expo Forum for International Cooperation (CEFCO). The ceremony was witnessed by key stakeholders including business federation, associations and MICE travel agents in China.

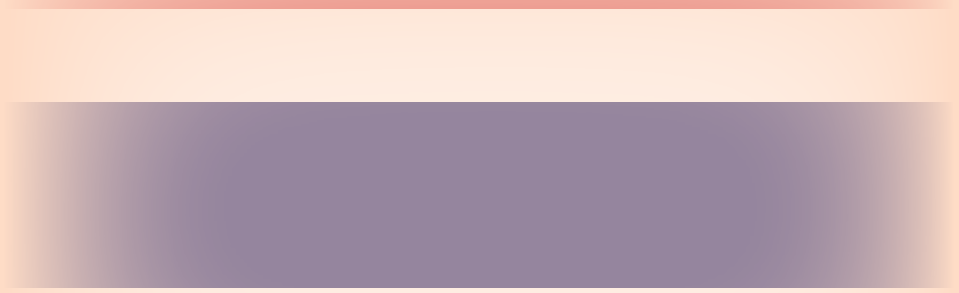
The Chinese market is a top priority for Thailand with more than 120,000 Chinese business travellers to Thailand in 2014 generating Bt10 billion in revenue.

TCEB and Chinese industry counterparts, CCPIT, are united in the shared goal of developing the MICE industry with mutual understanding through enhanced exchanges between Thailand and China.

As a driver of economic growth through the MICE industry, the bureau strives to create long-term competitiveness and sustainability for the industry. This bilateral collaboration truly represents deeper interaction and will yield profound results in both countries, as well as the region. These links will help Thailand reach its ultimate goal of welcoming 1,036,300 MICE travellers in 2015, generating income of approximately Bt106.78 billion.

The areas for long-term strategic partnership include the improvement and expansion of trade promotion and the MICE industry between both parties, the exchange and review of data and trade publications, encouraging business trade missions, international visits by business people, and enhancement and development of MICE knowledge including the exchange of material and information about the MICE industry, the sharing of academic research activities as well as the collaborative organisation of symposia, conferences and short training courses.

Both parties are confident that these policies will contribute towards further development of the exhibition industry by deepening mutual understanding and friendship through enhanced human, cultural and economic exchanges between the two countries.



กำหนดยุทธศาสตร์เดินหน้าไทย ศูนย์กลางการจัดเมกะอีเว้นท์แห่งอาเซียน

ทีเส็บ จัดประชุมระดมความคิดเห็นกว่า 20 หน่วยงาน จากภาครัฐและเอกชน รวมพลังกันกำหนดทิศทางกลยุทธ์ส่งเสริมประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์ โดยมีข้อสรุปร่วมกันถึงศักยภาพ โอกาส และตลาดเป้าหมายที่ชัดเจนสำหรับประเทศไทย

นายนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเส็บ เปิดเผยว่า ทีเส็บ เร่งขับเคลื่อนนโยบายให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลกในรูปแบบใหม่ๆ ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การดึงงาน กลยุทธ์การส่งเสริม และกลยุทธ์การพัฒนา

ภายใต้กลยุทธ์การดึงงงาน (Win) เร่งส่งเสริมการจัดงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์ เพื่อนำรายได้เข้าประเทศโดยเพิ่มสัดส่วนนักเดินทางต่างชาติที่เข้าร่วมงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์ พร้อมกระตุ้นให้ไมซ์ซิตี้มีตารางการจัดงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์ขนาดใหญ่ (10,000 คนขึ้นไป) ระยะเวลาในการจัดงานอย่างต่ำ 3 วัน เป็นประจำ

กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) เน้นจัดกิจกรรมโรดโชว์เพื่อโปรโมทประเทศไทยในฐานะจุดหมายการจัดงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์ในตลาดสำคัญในยุโรป อาทิ สหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นตลาดผู้จัดงานสำคัญระดับโลก ส่วนตลาดเอเชีย อาทิ ประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งรัฐบาลทั้ง 2 ประเทศ มีนโยบายสนับสนุนการจัดมหกรรมนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเอางานไปจัดในต่างประเทศเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม และประเทศออสเตรเลีย อันเป็นประเทศที่มีวิวัฒนาการของการจัดงานระดับโลกอย่างชัดเจน อีกทั้งยังเป็นประเทศเจ้าภาพจัดงานสำคัญระดับโลกมากมาย

ส่วนกลยุทธ์การพัฒนา (Develop) ดำเนินการผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรในภาคส่วนต่าง ๆ อีกทั้งยังสอดรับกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้เกิดบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการขับเคลื่อนประเทศให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ทีเส็บได้เสนอกรอบการทำงานทิศทางกลยุทธ์ครอบคลุมใน 5 มิติ ได้แก่

1) จำนวนและคุณภาพของนักเดินทางต่างชาติ มุ่งเน้นเพิ่มจำนวนนักเดินทางคุณภาพจากต่างชาติที่เข้าร่วมงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์ในประเทศไทย และส่งเสริมการจัดงานมหกรรมนานาชาติในเมืองหลักเพื่อดึงดูดนักเดินทางคุณภาพมากขึ้น

2) เนื้อหาและคุณภาพการจัดงาน มุ่งเน้นการสร้างงานที่ตรงกับบุคลิกลักษณะของประเทศใน 4 คลัสเตอร์ ได้แก่ ศิลปะและวัฒนธรรม วิถีชีวิตและกิจกรรมสร้างสรรค์ ความบันเทิง การท่องเที่ยว และกีฬา พร้อมส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่มีคุณภาพตรงตามความเป็นตัวตนของแต่ละเมือง (City DNA) โดยใช้เนื้อหาทางวัฒนธรรมสร้างความแตกต่างให้กับแต่ละงาน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศ

3) บูรณาการความร่วมมือภาครัฐเพื่อร่วมกันพัฒนาและส่งเสริมให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการจัดงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์ของเอเชีย

4) บูรณาการด้านการตลาดเชิงรุก โดยประสานความร่วมมือกับภาคเอกชน อาทิ สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) เพื่อเชื่อมโยงสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้จัดงานในต่างประเทศกับผู้ประกอบการไมซ์ไทย และเพิ่มบทบาทของประเทศไทยในเวทีโลกผ่านการดึงงานระดับโลกเข้าประเทศ

และ 5) การจัดทำข้อมูลเชิงลึก (Intelligence Report) เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวร่วมกันต่อไป

ซึ่งผลที่ได้รับการจากระดมความคิดเห็นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ทีเส็บจะนำมาบูรณาการเป็นแผนการดำเนินงานส่งเสริมร่วมกันกับหน่วยงานหลักในระดับประเทศที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอการค้าแห่งประเทศไทย อีกทั้งยังดำเนินการพัฒนาและยกระดับงานมหกรรมนานาชาติในประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติต่อไป

นอกจากนี้ ที่ประชุมยังมีความเห็นร่วมกันในการผลักดันประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงานใน 2 ประเภทคือ งานเทศกาลทางวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้ว (Home Grown) เช่น สงกรานต์ และลอยกระทง โดยยกระดับให้เป็นงานเมกะอีเวนท์ระดับโลก

ส่วนอีกประเภทเป็นงานอีเวนท์ที่สร้างขึ้นมาใหม่ ซึ่งในระยะเร่งด่วน จะมีการริเริ่มงานประจำปี “ASEAN Festival” ภายใต้แนวคิด Countdown to AEC เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศ และครองภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำของกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างแท้จริง โดยจะจัดขึ้นในปลายปี 2558 นี้ ทั้งนี้ จะมีการตั้งคณะทำงานร่วมภาคเอกชน โดยทีเส็บ จะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอรัฐบาลเพื่อให้การสนับสนุนโครงการในอนาคต

THAILAND'S STRATEGIC DIRECTION
TOWARDS MEGA EVENTS HUB IN ASEAN

TCEB organised a brainstorming workshop with more than 20 public and private sector organisations in an effort to define a strategic direction for international festivals and mega events. After much discussion, participants agreed upon a plan that fully takes account of the capabilities, opportunities and specific target markets of Thailand.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, TCEB's President, said that TCEB was speeding up its policy to push Thailand as a preferred destination for global events in new forms through 3 major strategies: Win, Promote and Develop.

Under the Win strategy, the bureau is elevating its support for international festivals and mega events to generate more revenue for the country by increasing the number of international participants. The bureau is also encouraging MICE Cities to regularly organise large-scale festivals and events throughout the year. These should be of three-day duration and draw more than 10,000 participants per event.

In terms of the Promote strategy, TCEB will place emphasis on organising international road shows to showcase Thailand as a preferred destination at international festivals and mega events in such key markets as Europe including the United Kingdom, which is considered a world-class organiser market. Importance will also be given to Asia, and particularly Japan and South Korea, where local government strongly supports the import of events, especially those that promote arts and culture. Another target is Australia, where the festivals and events market is mature and many world-class events are hosted.

The Development strategy, meanwhile, would be implemented through collaboration with stakeholders. This is also in line with government policy for integrated public-private partnerships that push the country in the same direction.

The bureau had proposed an operating framework for these strategic directions with 5 dimensions. Firstly, in terms of visitor numbers and visitor quality, the focus should be on increasing the numbers of high-quality international visitors attending festivals and events in Thailand, as well as on promoting the international festivals in top-tier cities to attract more quality visitors.

Secondly, through content and event quality, focusing on creating major events that reflect the country's unique attributes in five clusters - arts and culture, lifestyle and creativity, entertainment, and tourism and sports. The bureau will also promote activities in line with "City DNA" by utilising cultural content to differentiate between the events which will enhance the image and confidence of the country.

Thirdly, public partnerships must highlight strategic collaboration among government agencies to jointly develop and promote Thailand as Asia's hub for festivals and events.

Fourthly, integration of aggressive marketing strategy should see collaboration between organisations in the private sector including Thai Exhibition Association (TEA) and Thailand Incentive and Convention Association (TICA) thus providing strong links between international organisers and local MICE operators. A further aim is to strengthen Thailand's role in the global community by winning the world-class events.

Finally, an Intelligence Report has been developed to serve as a database for the joint development of MICE and tourism industries.

"Findings from the session held on February 20, 2015 will help TCEB redefine the country's strategic direction through collaboration with such major organisations in national level such as the Ministry of Culture, the Bangkok Metropolitan Administration, the Tourism Authority of Thailand, the Board of Trade of Thailand and the Thai Chamber of Commerce. The new strategic direction is also aimed at developing and elevating the international festivals in Thailand so that these are recognised by the international community", Mr. Nopparat said.

Moreover, the meeting agreed with the strategy to push Thailand as a host for two types of the international festivals and mega events. The first covers such home grown events the Songkran and Loy Krathong festivals, both of which will be upgraded to become mega global events.

Another solution would be to create new events. In this regard, TCEB will initiate an "ASEAN Festival" on the theme "Countdown to AEC" to reinforce the country's competitiveness and maintain its image as a hub of ASEAN. The first such festival would be held at the end of this year.

A public-private working group will be established with TCEB acting as the mediator in coordinating with relevant state agencies and in seeking support from government.

ร่วมพัฒนาหลักสูตรไมซ์

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดย ดร. สิริวรรณ รัตนาคาร รองอธิการฝ่ายการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และ นายนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเส็บ ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในโครงการพัฒนาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากล โดยการบรรจุรายวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการสำหรับอุดมศึกษาในประเทศไทย (Introduction to MICE Industry) เข้าเป็นหลักสูตรของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาด้านองค์ความรู้และทักษะในการทำงานได้จริงอย่างมืออาชีพ และผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการศึกษาด้านไมซ์แห่งภูมิภาคอาเซียนได้อย่างยั่งยืน

DEVELOPING MICE PROGRAMME

Bangkok University International College represented by Dr. Siriwan Ratanakarn, Vice President for International Affairs, and Mr. Nopparat Maythaveekulchai, TCEB's President, signed a memorandum of understanding to jointly develop the international MICE programme. The Introduction to MICE Industry curriculum will be added to the programmes offered by the International College to prepare students with the knowledge and skills to become professionals in the field and drive Thailand forward as a sustainable hub of MICE education in the ASEAN region.

สร้างความร่วมมือพันธมิตร

ทีเส็บจัดโครงการสร้างความร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และพันธมิตรเพื่อพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Familiarization Trip 2015) เมื่อวันที่ 15 - 17 มกราคม 2558 ณ โรงแรมสิบแสน รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดเชียงใหม่เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงเป็นการแสวงหาศักยภาพและโอกาสในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ 17 จังหวัด โดยมีผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมโครงการ ได้แก่สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เขตพื้นที่ภาคเหนือ 17 จังหวัด วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน

PARTNERSHIP ENHANCEMENT

TCEB organised a Familiarization Trip 2015 at Sibsan Resort and Spa, Chiang Mai from January 15 to 17, 2015 to foster understanding about the MICE industry and seek the potential and opportunities to promote the MICE business in 17 Northern provinces. Participants from various public and private organisations concerned came on the trip, among them the Secretariat Office of the Ministry of Tourism and Sports, provincial offices of Tourism and Sports in the northern area, Chiang Mai Rajabhat University International College, the Thai Exhibition Association (TEA), the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) and the Business of Creative and Event Management Association.