

# TCEB NEWSLETTER

www.tceb.or.th • Issue 29 • Mar-Apr, 2013

TCEB CALL CENTER 1105



THAILAND 2020:  
มองโลก มองไทย มองไมซ์  
ในทศวรรษหน้า  
THAILAND 2020  
THE WORLD, THAILAND AND  
MICE IN THE NEXT DECADE





## 4-7 THAILAND 2020 THE WORLD, THAILAND AND MICE IN THE NEXT DECADE

## 8-9 MEETINGS 2020: PERSONALISE TO WIN



## 10-12 EXHIBITIONS 2020 IN SYNC FOR SUCCESS

## MICE INDUSTRY SHOWS ROBUST GROWTH ASIA ACCOUNTS FOR BIGGEST MARKET SHARE 13-14



## 15-17 INDEX TO GLOBAL EXCELLENCE

## 18-19 D-MICE STRATEGIES SET FROM LOCAL TO GLOBAL SUCCESS



## 20 PHILIP KOTLER: MARKETING 3.0 FROM PRODUCTS TO CUSTOMERS TO HUMAN SPIRIT



THAILAND CONVENTION  
& EXHIBITION BUREAU

### TCEB Newsletter

Public Relations and Corporate  
Communication Division  
Marketing Communication Department

#### Editorial Staff:

Director: **Parichat Svetasreni**

Senior Manager: **Arisara Thanuplang**

Senior Manager: **Sumet Kanchanapan**

Senior Executive: **Kanokwan Kadeedang**

Executive: **Atichit Akkarakittikul**

Executive: **Montakorn Prasanrajkit**

#### 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](mailto:info@tceb.or.th)

**TCEB CALL CENTER 1105**

President: **Pana Janviroj**

Editor: **Patcharee Lueng-uthai**

E-mail: [patcharee@nationgroup.com](mailto:patcharee@nationgroup.com)

Contributors: **Suchat Sritama, Kwanchai  
Rungfapaisarn**

Copy Editor: **The Nation's sub-editors**

Art Director: **Pradit Phulsarikij**

Photos: **TCEB, Nation photographers**

Assistant Senior Vice President –

Supplement: **Ratchanee Kaewyai**

Tel: **(02) 338 3563**

E-mail: [ratchanee@nationgroup.com](mailto: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

นับเป็นข่าวดีที่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 14.10 ในช่วงไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2556 (ตุลาคม 2555 – กันยายน 2556) เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันในปีงบประมาณ 2555 เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นผลจากการปรับบทบาทของทีเส็บ และดำเนินการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง

ถึงกระนั้นก็ตาม ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้มีการพูดถึงอนาคตของประเทศไทยในปี 2020 กันอย่างกว้างขวาง เพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในระดับโลก โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ถือเป็นปีแห่งความท้าทายเป็นอย่างยิ่งของประชาคมโลก ซึ่งผู้อ่านจะได้ทราบถึงแนวโน้มของสภาพการณ์ระหว่างประเทศในปี 2020 จากผลการสำรวจของ S. Rajaratnam School of International Studies รวมถึงผลการศึกษาของบริษัท ดอยซ์ โฟสต์ ดีเอชแอล และแนวคิดการตลาดยุคใหม่ Marketing 3.0 โดย ฟิลิป คอตเลอร์ ที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการตลาดในทศวรรษหน้า

ในขณะเดียวกัน ทีเส็บได้เร่งวางยุทธศาสตร์และกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในทุกด้านเพื่อพร้อมเผชิญความท้าทายและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นในทศวรรษหน้า ซึ่งการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ไทยถือเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักในการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการไมซ์ไทยให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับโลก โดยผู้ประกอบการสามารถใช้ดัชนีมาตรฐานไมซ์เป็นเครื่องมือในการรุกและขยายตลาดทั่วโลก

ขณะนี้ ทีเส็บได้เตรียมดำเนินการพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านอื่น ๆ อาทิ การเตรียมการจัดทำมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ การจัดทำมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ การจัดทำมาตรฐานโรงแรมไมซ์ และการจัดทำแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับอุตสาหกรรมแสดงสินค้า เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคสังคมคาร์บอนต่ำ และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมแสดงสินค้าของไทยในระดับสากล

เรื่องสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนจะกลายเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจในทศวรรษหน้า ซึ่งทีเส็บมีเป้าหมายพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไปสู่ Sustainability Thailand

ส่วนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ทีเส็บมุ่งเน้นสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ริเริ่มเวทีเจรจาการค้าเพื่อนำไปสู่การจับคู่ทางธุรกิจ และยกระดับมาตรฐานของการจัดงานแสดงสินค้าระดับท้องถิ่นให้เป็นงานแสดงสินค้าระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ

นายธงชัย ศรีดามา  
กรรมการ ปฏิบัติหน้าที่แทนผู้อำนวยการ  
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

## MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear Readers,

Prospects look bright for Thailand's MICE industry, with growth surging by 14.10 per cent in the first quarter of the 2013 fiscal year (October 2012-September 2013) compared to the same period last year. This is better than targeted and is largely thanks to TCEB's rebranding and continued aggressive marketing campaigns.

In related news, Thai MICE operators are looking ahead to Thailand 2020 and discussing the preparations that need to be made to meet the changes in the global situation and particularly the challenges the global community will face in the decade ahead.

In this issue, readers can learn about the study titled "Imagining the Future: The World in 2020" conducted by the S. Rajaratnam School of International Studies (RSIS), a report titled "Delivering Tomorrow - Customer Needs in 2020 and Beyond" covering research conducted by Deutsche Post DHL, as well as the Marketing 3.0 concept developed by a leader in marketing thought, Philip Kotler, which focuses on marketing trends for the next decade.

The bureau is drawing up a strategy and guidelines for all aspects of Thailand's MICE industry development to confront the challenges and tougher competition in the coming decade.

An increase in industry standards will be one of the major factors in strengthening Thai MICE operators' competitiveness in the global market. Operators will be able to use standard indexes as tools to penetrate and expand their markets worldwide.

The TCEB is now preparing to develop other industry standards such as the National Skills Standard for the MICE industry, the MICE Hotel Standard, and a Carbon Footprint Assessment Guideline for the exhibitions industry. The Carbon Footprint Assessment Guideline is aimed at preparing entry into the low carbon society and increasing exhibition capabilities to compete in the global arena.

The environment and sustainability will become critical issues for business in the next decade and TCEB has thus set a goal to develop the MICE industry into Sustainability Thailand.

In an effort to boost income distribution and develop the domestic MICE industry, the bureau is also aiming to promote exhibitions in the regions. Trade session platforms will be initiated to promote business matching and local exhibitions will be upgraded to regional and national trade shows.

Mr. Thongchai Sridama

Acting President

Thailand Convention and Exhibition Bureau

(Public Organisation)



# THAILAND 2020: มองโลก มองไทย มองไม้ซ ในทศวรรษหน้า







ปี

ปัจจุบันมีการพูดถึงอนาคตของประเทศไทยในปี 2020 กันอย่างกว้างขวางว่าจะขับเคลื่อนไปในทิศทางใด และมีแผนการพัฒนาประเทศในระยะยาวอย่างไรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ถือเป็นปีแห่งความท้าทายเป็นอย่างยิ่งของประชาคมโลก

จากการสำรวจของ S. Rajaratnam School of International Studies มหาวิทยาลัยนันทยา ซึ่งเป็นสถาบันวิชาการ และ Think-tank ของรัฐบาลสิงคโปร์ ได้ให้ข้อคิดเห็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับแนวโน้มของสภาพการณ์ระหว่างประเทศในปี 2020 และสามารถสรุปโดยย่อได้ 3 ประการ

ภายในปี ค.ศ. 2020 จีนจะกลายเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองของโลก ในขณะที่อินเดียจะยังคงเติบโตอย่างสม่ำเสมอ และรัสเซียจะฟื้นกลับมาอีกครั้งเนื่องจากทรัพยากรน้ำมันและแร่ธาตุของประเทศ ส่วนประเทศอย่างบราซิล อิหร่าน อินโดนีเซีย และตุรกี จะมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจโลกมากขึ้นหากยังสามารถรักษาการเติบโตทางเศรษฐกิจและเสถียรภาพทางการเมืองได้ต่อเนื่องไปจนถึงทศวรรษหน้า

แนวโน้มของกฎระเบียบระหว่างประเทศที่มากขึ้นและข้อเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารจัดการการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ อันมีสาเหตุมาจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการบ่อนทำลายความชอบธรรมของ “ตัวแบบกลไกตลาดที่มีประสิทธิภาพ” ทั้งนี้จากการประชุมรัฐมนตรีคลังของ G20 ที่ผ่านมา ผู้นำประเทศในทวีปยุโรปได้เริ่มผลักดันให้มีการออกกฎระเบียบกำกับดูแลระบบการเงินและ เศรษฐกิจโลกที่เข้มงวดขึ้น ในขณะที่ประเทศแถบในเอเชียตะวันออกจะมีความมั่นคงเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับตัวแบบการกำกับการค้าที่เสรีของตนภายใต้การควบคุมดูแลตลาดการเงินและธุรกิจที่เข้มงวดโดยภาครัฐ

การแย่งชิงทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดทั้งพลังงาน น้ำ และอาหารจะกลายเป็น “ประเด็นความมั่นคง” ที่นานาประเทศให้ความสนใจ ซึ่งในปัจจุบันมี 21 ประเทศที่ขาดแคลนพื้นที่เพาะปลูกหรือแหล่งน้ำ และคาดว่าภายในปี 2025 ประเทศที่ขาดแคลนน้ำจะเพิ่มขึ้นเป็น 36 ประเทศรวมประชากรทั้งสิ้นประมาณ 1.4 พันล้านคน แนวโน้มดังกล่าวก่อให้เกิดคำถามเรื่อง “ยุคอาณานิคมใหม่ (Neo-Colonialism)” ขึ้น เช่น การที่จีนเข้าไปถือครองพื้นที่จำนวนมากและใช้แรงงานจีนทำการเพาะปลูกในโมซัมบิก

นอกจากนี้แล้ว จากการศึกษาโดยบริษัท ดอยซ์ โพลต์ ดีเอชแอล ผู้นำธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ระดับโลกที่ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ “Delivering Tomorrow – Customer Needs in 2020 and Beyond” ซึ่งได้รวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจากนานาชาติ รวม 900 คนประกอบด้วยข้อโอจากบรรษัทลงทุน





ข้ามชาติชั้นนำ และนักวิชาการ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของการดำเนินงานด้านการตลาดในอนาคตว่าโลกแห่งการบริหารงานในปี ค.ศ. 2020 จะมีกระแสหลักได้แก่ วิวัฒนาการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงด้านความคาดหวังและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี การปรากฏตัวของจีนในฐานะผู้นำด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี

สำหรับประเทศไทย การลงทุนและพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐานไม่ว่าจะเป็นระบบการคมนาคมขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมพร้อมรับมือกับกระแสโลกาภิวัตน์ในอนาคตที่กำลังจะมาถึง ซึ่งจากข้อมูลโดยกระทรวงคมนาคมระบุว่าในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับงบประมาณแผ่นดิน เฉพาะในปี พ.ศ.2555 แม้ว่างบประมาณแผ่นดินจะสูงถึง 2.4 ล้านล้านบาท แต่การลงทุนในด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้นเพียง 1 แสนล้านบาทเมื่อเทียบกับ 10 ปีที่แล้ว ฉะนั้นการลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งของรัฐบาล จึงเป็นการต่อยอดสร้างโอกาสและรายได้ใหม่ให้เป็นที่ศูนย์กลางระบบการขนส่งแห่งภูมิภาคเอเชีย

ด้านนายธงชัย ศรีดามา กรรมการ ปฏิบัติหน้าที่แทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือที่เส็บ กล่าวว่า “การพัฒนากระบวนการสร้างพื้นฐานของรัฐบาลถือได้ว่าเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในระยะยาว โดยหากประเทศไทยมีระบบการคมนาคมขนส่งที่ทันสมัยสามารถเชื่อมต่อเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญ ไปจนถึง “ไมซ์ซิตี้” จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการกระจายการจัดงานไมซ์ไปยังภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจากการกระจุกตัวอยู่ในเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร และจะเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยสอดคล้องกับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 และแนวโน้มการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นในระดับโลกในอนาคต”

การพัฒนากระบวนการสร้างพื้นฐาน รัฐบาลได้วางยุทธศาสตร์ด้านโครงสร้างพื้นฐานในระบบขนส่งของประเทศ พ.ศ.2556-2563 โดยจะเน้นการลงทุนสร้างระบบการคมนาคมแบบรางเพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าและบริการที่มีต้นทุนต่ำการขนส่งระบบอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อตลาดหลักในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยเปลี่ยนจากตลาดยุโรปและสหรัฐอเมริกา สู่ออสเตรเลียในภูมิภาคอาเซียน +6 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีน ซึ่งจีนเองก็ได้มีการสร้างโครงข่ายคมนาคมเชื่อมต่อสู่ประเทศลาว เวียดนาม รวมถึงแผนการขยายการเชื่อมต่อสู่ประเทศไทยในอนาคต โดยรัฐบาลมีแผนการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงที่สามารถวิ่ง

ด้วยความเร็วสูงสุด 300 กิโลเมตรต่อชั่วโมง รวมระยะทางทั่วประเทศทั้งสิ้น 2,707 กิโลเมตร มี 4 เส้นทางครอบคลุมทั่วประเทศ ได้แก่ เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – พิษณุโลก – เชียงใหม่ เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – หาดใหญ่ เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – พัทยา – ระยอง และ เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – หัวหิน – ปาดังเบซาร์

“ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับการเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในทศวรรษหน้าที่ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ ทางที่เส็บได้ดำเนินการส่งเสริมและผลักดันโครงการ “กรีนมิตติ้งส์” ให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยมาตั้งแต่ปี 2550 โดยได้เริ่มต้นจัดทำคู่มือ “แนวทางการปฏิบัติด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (Green Meetings Guideline) และเริ่มต้นผลักดันและแนะนำมาตรฐาน ISO 50001 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านการอนุรักษ์พลังงานให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ครั้งแรกในปี 2552 และได้รับการยอมรับในวงกว้าง ซึ่งส่งผลให้ในปี 2553 จากผลสำรวจ Leadership in Sustainability: The Why and The How ในงาน UFI Annual Conference 2010 กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศได้รับการยอมรับให้เป็นหนึ่งในสองเมืองของภูมิภาคเอเชียที่ได้รับการยอมรับด้านการบริหารจัดการด้านกรีนมิตติ้งส์ ร่วมกับกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ และล่าสุดที่เส็บได้ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยจาก “กรีนมิตติ้งส์” ก้าวสู่แนวปฏิบัติแห่ง “ความยั่งยืน” ปรับโฉมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสู่ “Sustainability Thailand” กระตุ้นผู้ประกอบการไทยมุ่งเน้นการบริหารงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนครอบคลุม 3 มิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจุดขายใหม่ของประเทศไทยในการดำเนินงานระดับโลกในอนาคต” นายธงชัย กล่าวเสริม

สำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับเทรนด์โลกในทศวรรษหน้า ปัจจุบันที่เส็บได้เตรียมแผนการรุกตลาดดิจิทัลไมซ์ (Digital MICE Marketing) เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยเตรียมปรับโครงสร้างแผนกเพื่อดูแลในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และจัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ ระยะ 3 ปี 2556-2558 พร้อมศึกษาถึงช่องทางในระบบออนไลน์ และแนวโน้มที่สำคัญ เช่น โซเชียลมีเดีย หรือแอปพลิเคชันบนมือถือที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยพัฒนาควบคู่ไปกับเว็บไซต์ และเครื่องมือการตลาดออนไลน์ครบวงจรอื่นๆ ต่อไปในอนาคต ทั้งนี้เพื่อเป็นการปูพื้นฐานโครงสร้างทางเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้แข็งแกร่ง ก่อนที่จะเริ่มศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้ก้าวสู่การเป็น Virtual MICE โดยสมบูรณ์ให้สอดคล้องกับเทรนด์การค้าตลาดไมซ์ในทศวรรษหน้าอย่างแท้จริง

# THAILAND 2020 THE WORLD, THAILAND AND MICE IN THE NEXT DECADE

**P**rojections for Thailand 2020 have been the subject of considerable discussions in recent weeks with the focus on the direction in which the country should move forward and plan long-term development to prepare for global change and especially the challenges in the next decade.

A study titled "Imagining the Future: The World in 2020" conducted by S. Rajaratnam School of International Studies (RSIS), a leading academic institution and the strategic think tank of the Singaporean government, outlines three issues.

First: By 2020, China will be on the way to becoming the world's second largest economy. India will grow at a slower but steadier pace. Russia will re-emerge because of its oil and mineral resources. Brazil and Iran, Indonesia and Turkey will be more influential if economic growth and potential stability can be sustained over the next decade.

Second: Greater regulation and calls for changes in the structure of global political and economic governance are expected. The current economic recession has determined the model of efficient, stable markets. At the recent G-20 meeting of finance ministers, European leaders started pushing for greater regulation of the global financial and economic system. East Asian states, meanwhile, will be more confident of their own models of freer trade with highly regulated financial markets and state capitalism.

Third: Increasing competition for scarce resources such as energy, water and food will become 'security' issues of international interest. Today, 21 countries either lack croplands or water. By 2025, 36 countries with a total population of 1.4 billion will fall into this category. This will be accompanied by claims of neo-colonialism, such as in China's acquisition of large tracts of arable land in Mozambique to be farmed by Chinese laborers.

In addition, a study titled "Delivering Tomorrow - Customer Needs in 2020 and Beyond" conducted by Deutsche Post DHL, the world's leading mail and logistics group, which draws on the expertise of 900 leaders including CEOs of prestigious international companies and scholars in the fields of economics, futurology and logistics, lists as major issues the revolution of green products, change in customer expectations and behavior driven by technologies, and China emerging as a global leader in economics and technology.

For Thailand, investment in infrastructure development including logistics is essential to prepare for the coming effects of globalisation.

According to a study by the Ministry of Transport, Thailand's investments in infrastructure over the past decade have rather low in comparison to the government budget. In fiscal 2012, despite a budget of Bt2.4 trillion, the funds allocated to infrastructure investment increased just Bt100 billion from 10 years previously.

The government's investments in logistics development will therefore extend opportunities and generate new sources of income as the country becomes a hub of the transportation system in Asia.

Mr. Thongchai Sridama, the TCEB's Acting President, said that the government's plans for infrastructure development will serve as the foundation to enhance Thailand's long-term MICE industry development. If Thailand has a modern transportation network connecting major economic

cities including MICE Cities, income distribution to the regions will be boosted and no longer concentrated in metropolitan Bangkok.

In addition, an efficient transportation network will elevate Thailand's MICE industry, helping it to cope with the ASEAN Economic Community integration in 2015 and the tougher competition in the global MICE market in the future.

Under the strategic plan 2013-2020 for development of the transportation system, the government will place emphasis on investments in the rail system to provide more efficient transport for products and services at costs that are lower than other modes.

This will be particularly important as the major markets of Thailand's MICE industry shift from Europe and US to ASEAN plus 6, particularly China. China is developing a transportation network that will link with Laos and Vietnam and is planning to expand its network to connect with Thailand down the line.

The Thai government has a plan to build a high-speed train system with a maximum speed of 300 kilometers per hour and a total length of 2,707 kilometers. The project will be developed on 4 routes covering all regions: Bangkok-Phitsanulok-Chiang Mai, Bangkok-Nong Khai, Bangkok-Pattaya-Rayong, and Bangkok-Hua Hin-Padang Besar.

The environment and sustainability are vital to preparations to cope with global changes over the next decade. For this reason, the TCEB initiated Green Meetings in 2007 through the launch of the Green Meeting Guideline. In 2009, the bureau introduced ISO 50001 accreditation, the energy management system standard adapted for the MICE industry and which is widely recognised worldwide.

As a result, Bangkok and Seoul, South Korea ranked first in Asia in Green Meetings Management in the 'Leadership in Sustainability awarded: The Why and The How' survey organised by global event management association MCI, a part of UFI Annual Conference 2010.

"In the latest move, the TCEB is upgrading Green Meetings to the Sustainability Event Standard, transforming Thailand's MICE industry into 'Sustainability Thailand'. The bureau encourages Thai MICE operators to emphasise sustainable management by covering social, economic and environmental dimensions. This is aimed at creating a new selling point to win international events in the future," Mr. Thongchai said.

In terms of technology development to prepare for the decade ahead, the TCEB is planning a proactive move in digital MICE marketing activities to create business opportunities and expand the MICE market domestically and internationally.

The bureau is currently preparing to reorganise its IT department and drawing up a 3-year IT Master Plan 2013-2015. The bureau will also study online channels and future trends such as social media and smartphone applications to reach target groups. The social media will be developed in parallel with the website and other integrated online marketing tools.

"The master plan aims to pave the road for strengthening the IT structure of Thailand's MICE industry. The bureau will also carry out a feasibility study on industry development to become a complete Virtual MICE in order to truly meet new marketing trends over the next decade and beyond," Mr. Thongchai concluded.



# Meetings 2020: Personalise to Win เพราะเข้าถึงจึงสำเร็จ



ภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย อุตสาหกรรมการประชุมถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอย่างสูง โดยแบ่งลักษณะการดำเนินงานออกเป็นอุตสาหกรรมย่อย 3 อุตสาหกรรม อันได้แก่ อุตสาหกรรมการประชุมองค์กร อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และ อุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ ซึ่งถือครองสัดส่วนทั้งสิ้นกว่าร้อยละ 82 ของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมดของประเทศไทย คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 67,059 ล้านบาท

นายธงชัย ศรีดามา กรรมการ ปฏิบัติหน้าที่แทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ ที่เส็บกล่าวว่า “ในปีที่ผ่านมา ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมต่างๆ ทั้งสิ้นกว่า 7,294 งาน โดยแบ่งการจัดงานประชุมองค์กร 2,751 ครั้ง การประชุมนานาชาติ 2,643 ครั้ง และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 1,900 ครั้ง และไทยยังคงเป็นจุดหมายที่สำคัญที่ชาวต่างชาติยังคงให้ความสนใจในการจัดงานประชุมเป็นลำดับต้นๆ ของโลก โดยที่เส็บคาดการณ์ว่าภายในปี 2556 อุตสาหกรรมการประชุมจะมีมูลค่าสูงถึง 73,900 ล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวต่างชาติเดินทางเข้าร่วมงานประชุมในเมืองไทยทั้งสิ้นจำนวน 767,400 คน”

อุตสาหกรรมการจัดประชุมจึงเปรียบเสมือนกลจักรที่สำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างยั่งยืน แต่ด้วยสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ยังคงยืดเยื้อและส่อเค้ารุนแรงเพิ่มมากขึ้นในหลายๆ ภูมิภาคทั่วโลก ประกอบกับการปรับตัวของอุตสาหกรรมการประชุมในระดับโลกที่มีการคาดการณ์ถึงแนวโน้ม ทิศทางและรูปแบบของการจัดประชุมในทศวรรษหน้า (Meetings 2020) จึงจำเป็นเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง

จากรายงานการศึกษาโดยสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ หรือ ICCA ในหัวข้อ Convention 2020 – The Future of Meetings, Venue and Destinations ได้กล่าวถึงแนวทางในอนาคตของอุตสาหกรรมการจัดประชุมว่า การจัดงานประชุมที่มีหัวข้อการประชุมทั่วไปจะมีจำนวนการจัดงานประชุมที่น้อยลง แต่จะมีขนาดการจัดงานที่ใหญ่ขึ้น แต่สำหรับการจัดงานประชุมที่มีหัวข้อเฉพาะด้านจะมีทางเลือกในการจัดงานประชุมเฉพาะด้านมากขึ้น และงานประชุมที่มีค่าใช้จ่ายน้อยจะได้รับ ความสนใจมากขึ้น เช่น การจัดงานประชุมในห้องสมุด หรือในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

รายงานศึกษายังได้ให้ข้อสรุปถึง 5 เหตุผลที่สำคัญในการเข้าร่วมงานประชุมของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในอนาคต อันได้แก่ การประชุมจะต้องมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายอย่างมีคุณภาพ (Quality of Networking) การประชุมจะต้องให้องค์ความรู้ที่ทันสมัยเป็นประโยชน์ การประชุมจะต้องสามารถรับรองว่าผู้เข้าร่วมประชุมจะได้พบกับบุคคลสำคัญของอุตสาหกรรมนั้นๆ คุณภาพและวิถียุทธศาสตร์ที่ดีของผู้บรรยาย และเนื้อหาของการประชุมจะต้องมีครบถ้วน สมบูรณ์

สำหรับแนวทางการประชุมในทศวรรษหน้า (Meetings 2020) สามารถแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่

Personalisation – การประชุมในทศวรรษหน้าจะต้องให้ประสบการณ์ที่เหมาะสมกับผู้เข้าร่วมประชุมแต่ละบุคคล และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละบุคคลได้อย่างสมบูรณ์ โดยอาศัยเครื่องมือจัดประชุม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง

การเก็บข้อมูลอย่างครบถ้วน – การบันทึกรายละเอียดของการจัดประชุมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา จะเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการประชุมในทศวรรษหน้า หรือแม้กระทั่งรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมประชุม



ในระหว่างการประชุมจะต้องสามารถตอบโต้แลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างผู้เข้าร่วมประชุมได้ทันที การนัดหมายเพื่อการสร้างเครือข่าย (Networking Appointment) ก็จะต้องทำได้ทันทีเช่นเดียวกัน

การประชุมอย่างยั่งยืน (Sustainable Meetings) – ในอนาคตการประชุมจะให้ความสนใจเกี่ยวกับการจัดประชุมสีเขียวและยั่งยืนมากขึ้น โดยจะต้องดูว่าการประชุมนั้นๆ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ และการเดินทางมาประชุมสร้างคาร์บอนมากเพียงใด ฉะนั้นการจัดประชุมในอนาคตจึงจะต้องสามารถประเมินและลดการสร้างคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

จากการสำรวจโดย ICCA พบว่าในอนาคตการจัดงานประชุมต่างๆ จะนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้ในงานประชุมมากยิ่งขึ้น โดยจากการสำรวจพบว่าผู้จัดงานประชุมและผู้เข้าร่วมงานประชุมจะตอบสนองต่อแนวทางการใช้เทคโนโลยีสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ การใช้ Live Video Streaming เพื่อจัดการประชุม ทางไกล, การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับผู้เข้าร่วมประชุมทั้งก่อนระหว่าง และหลังการจัดงาน, ฟรีเซ็นเซอร์ และเอกสารการประชุมต่างๆ จะต้องดาวน์โหลดได้ผ่านสมาร์ทโฟน, การจัดประชุมจะต้องจัดควบคู่ไปกับการจัดประชุมเสมือน (Virtual Meetings Site), มีการนำเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองได้ในทุกๆ ด้าน และการประยุกต์ใช้ Interactive Display Wall เพื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมประชุม

“อุตสาหกรรมการจัดประชุมของประเทศไทยเป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโตได้อีกมาก และจำเป็นต้องมีการพัฒนาในทุกๆ ด้านเพื่อให้พร้อมกับการแข่งขัน โดยเฉพาะการวิจัยและพัฒนา ทั้งระบบฐานข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ การสร้างสรรคูปแบบการจัดงานประชุม การนำเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้ ตลอดจนการมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งการจัดประชุมนั้นไม่เพียงแต่ให้ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ แต่ประเทศไทยยังจะได้รับประโยชน์ในเชิงวิชาการ การสร้างเครือข่ายกับนานาชาติ ทำให้เกิดการกระจายองค์ความรู้ซึ่งเป็นฐานในการพัฒนาประเทศต่อไป”

“และเพื่อเพิ่มจำนวนการจัดประชุมนานาชาติ ที่เติบโตได้ให้การสนับสนุนการประชุมงานประชุมต่างๆ ร่วมกับสมาคม องค์กร สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานราชการ ทั้งการวางกลยุทธ์ในการประมูลสิทธิ์ การเตรียมการประมูลสิทธิ์ ตลอดจนร่วมทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ชนะในการประมูลสิทธิ์ และมุ่งเน้นเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม สนับสนุนงบประมาณทั้งประชาสัมพันธ์และการตลาด ตลอดจนให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ ที่เติบโตได้น่าผู้ประกอบการไมซ์เข้าร่วมงานเทรดโชว์ระดับนานาชาติ เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยแก่สมาคมและตัวแทนในตลาดเป้าหมายต่างๆ เป็นการต่อยอดเปิดโอกาสทางธุรกิจแก่ตลาดไมซ์ในประเทศ และสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นระหว่างผู้อยู่ในวงการธุรกิจไมซ์ทั่วโลกอีกด้วย” นายธงชัย กล่าวทิ้งท้าย

# MEETINGS 2020: PERSONALISE TO WIN

For overall Thailand's MICE industry outlook, meetings are a very important industry, and can be categorised as corporate, incentive and international meetings. The industry accounts for a greater than 82 per cent share of the overall MICE industry with a total value of Bt67.06 billion.

Mr. Thongchai Sridama, Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB)'s Acting President, said that Thailand is still among the priority destinations for foreign organisations interested in holding international meetings. Last year, Thailand hosted 7,294 meetings, of which 2,751 were corporate meetings, 2,643 international meetings and 1,900 incentive meetings.

This year, the TCEB expects that the meetings industry will be valued at Bt73.9 billion with 767,400 MICE travelers coming to Thailand to participate in meetings. For this reason, the meetings industry is regarded as an engine to drive the MICE industry towards sustainable growth.

However, the prolonged economic downturn, which is showing signs of worsening in many regions of the world, as well as changes in the global meetings industry as forecast in a report on trends, directions and models of meetings in 2020, makes it essential for Thailand to adjust and prepare for the changing environment in the future.

According to the International Congress and Convention Association (ICCA)'s report “Strategic Foresight Study on Convention 2020 – The Future of Meetings, Venues and Destinations” indicates that the number of meetings on general themes will decrease in the years ahead but will be designed on a larger platform while there will be a greater choice of meetings on specific themes. Meetings with low expenses, such as those in libraries and universities, will be more interesting.

The study also predicted five main reasons for delegates' decisions to participate in these future meetings: the meetings must offer quality networking; the meetings must offer up-to-date and useful knowledge for participants involved in each industry; the meetings must ensure the participants will have a chance to meet the key industry figures; quality and good academic standing of keynote speakers; and contents of the meetings must be complete.

To meet the demands of the changing international meetings industry over the next 10 years, the TCEB has drawn up 3 guidelines for Meetings 2020 as follows:

1 Personalisation: Meetings in the next decade must provide suitable experience for each individual and meet personal demands through the use of meeting tools and highly efficient modern technology.

2 Complete data collection: The meeting record will be available for the delegates to access anywhere and at any time. This is a must for Meetings 2020. In addition, interaction between the delegates must be instant, allowing for effective communication and exchange of ideas. Network appointments must also be made promptly.

3 Sustainable Meetings: In the future, participants will be more interested in Green and Sustainable Meetings. Environmentally friendly meetings and the carbon footprint will be considered as requirements for joining events. Future meetings must thus assess and take concrete steps to reduce the carbon footprint.

The ICCA study also found that the future meetings will adopt more advanced technologies in organising the events. The top-five technologies to which organisers and the participants will respond are: Live Video Streaming for remote meetings; Social Networking to contact the participants before, during and after the events; Presentations and Meeting Documents that can be downloaded via smartphones; Virtual Meetings Sites, and Interactive Display Walls to allow full interaction by participants.

“Thailand's meetings industry has high potential for growth. Hence, it is essential that all aspects of the industry are developed to prepare for the likely competition, especially in the fields of research & development, effective databases, creative meetings, advanced technology as well as ensuring a good experience for the participants. The meetings will not only generate economic benefits, but will also serve Thailand in terms of international academic networking and knowledge distribution, both of which are the foundation for the future development of the country.”

Mr. Thongchai added that in an effort to increase the number of international meetings, the bureau is supporting bids for various events. The bureau is teaming up with associations, organisations, educational institutes and government agencies to set the strategies and preparedness for the bids as well as activities to win. The TCEB also aims to increase the number of delegates by supporting budgets for public relations and marketing activities as well as providing consultancy and facilitation services.

In addition, the TCEB will lead Thai MICE operators in joining international trade shows to promote Thailand to the associations and representatives in target markets. This will open opportunities for Thailand's MICE market and enhance the relations among MICE operators all over the world.



# Exhibitions 2020

## ผลงานเทคโนโลยี เชื่อมต่อสู่ความสำเร็จ

1

หลายปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของไทยสามารถครองความเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2555 ประเทศไทยจัดงานในระดับนานาชาติ จำนวนถึงเกือบ 100 งาน มียอดผู้เข้าร่วมงานกว่า 164,336 ราย สร้างรายได้กว่า 12,711 ล้านบาท แม้กระนั้นด้วยสถานการณ์ทางเศรษฐกิจระดับโลกที่เปลี่ยนไป การแข่งขันที่รุนแรงในระดับภูมิภาค ประกอบกับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จำเป็นอย่างยิ่ง

ที่ประเทศไทยจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ “ทีเส็บ” จึงจัดงานประชุมผู้ประกอบการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติประจำปี หรือ TCEB Exhibition Industry Day 2013 ภายใต้แนวคิด “Thai Exhibition Industry at a Crossroads” เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของไทยให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง พร้อมวางแผนทางการปรับตัวของอุตสาหกรรม

**Thailand**





งานแสดงสินค้าไทยในทศวรรษหน้า (Exhibition 2020) ปูทางผู้ประกอบการไทยสู่ศึกเตรียมความพร้อมเพื่อผลักดันไทยก้าวสู่ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมของภูมิภาคเอเชีย

จากรายงานการสำรวจ UFI DELPHI STUDY ฉบับล่าสุด โดยสมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก (The Global Association of the Exhibition Industry – UFI) ระบุถึงสถานการณ์และทิศทางของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติในระดับโลกในปี 2563 หรือ Exhibition 2020 ว่าอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าจะมีบทบาทมากขึ้นในการเป็นผู้นำทางความคิดในแต่ละธุรกิจหรือในแต่ละตลาด โดยจะเป็นเวทีที่ช่วยจับคู่ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจะมีการผสมผสานการใช้สื่อสมัยใหม่เข้ามาบูรณาการในการจัดงานแสดงสินค้าแต่ละครั้งมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านจัดทำโปรโมชัน ทางด้านการวิจัยทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า (CRM) การบริหารจัดการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ของการจัดงาน หรือแม้กระทั่งการจัดงานแสดงสินค้าในลักษณะ Cyber Exhibitions หรือ Virtual Exhibitions ที่จะลดข้อจำกัดในเรื่องของการเดินทาง และเปลี่ยนรูปแบบของการเจรจาทางธุรกิจ (Business Matching) ในรูปแบบเดิมไปโดยสิ้นเชิง

นอกจากนี้รายงานการสำรวจชี้ว่า การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างองค์กร (Corporate Networks and Corporation) ในการร่วมกันสร้างเครือข่ายภาคีพันธมิตร ทั้งในแบบทวิภาคี ไตรภาคี และสหภาคี ไม่ว่าจะเป็นบริษัทผู้จัดงาน ศูนย์การแสดงสินค้า สมาคมการค้า สื่อมวลชน หรือแม้กระทั่งบริษัทวิจัย ก็เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการปรับตัวเพื่อร่วมกันจัดงานแสดงสินค้าร่วมกันในลักษณะ Joint Trade Show โดยเป้าหมายหลักของการขยายความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อสร้างความสำเร็จให้กับการจัดงานแสดงสินค้าในแต่ละครั้ง

รายงานดังกล่าวคาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมเด่นสำหรับการจัดงานแสดงสินค้าในปี 2563 แบ่งแยกตามงานแสดงสินค้าที่เคยจัดขึ้นแล้ว มี 5 อุตสาหกรรม ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมพลังงาน 2) อุตสาหกรรมเพื่อการป้องกันและฟื้นฟูสุขภาพ 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันสิ่งแวดล้อม 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม กีฬา และความบันเทิง และ 5) อุตสาหกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และ Consumer Electronics

สำหรับงานแสดงสินค้าประเภทใหม่จากผลการสำรวจคาดว่า จะมี 5 อุตสาหกรรมเด่น ได้แก่ 1) อุตสาหกรรม Electric Mobility 2) อุตสาหกรรมไบโอเทคโนโลยี 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการน้ำ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัสดุทางเลือก (Smart and new material) และ 5) อุตสาหกรรมบ้านเพื่ออนาคต (Smart House)

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ ผู้อำนวยการฝ่ายการดำเนินงานนานาชาติ ที่เส็บ กล่าวเสริมว่า แนวโน้มและโมเดลการทำธุรกิจการงานแสดงสินค้าจะเป็นลักษณะการสร้างพันธมิตรมากขึ้น ขณะที่ภูมิภาคอาเซียนกำลังได้รับความนิยมจากตลาดโลกเป็นอย่างมาก ประเภทของงานแสดงสินค้าจะมุ่งเน้นที่การเจาะตลาดประเทศนั้นๆ (Destination Trade Show) มากขึ้น ประเทศไทยจึงต้องสร้างความแตกต่างโดยใช้ประเทศไทยเป็นเวทีแห่งงานแสดงสินค้าของภูมิภาค ไม่ใช่แค่ตลาดในประเทศไทย โดยดึงผู้เข้าร่วมงานจากภูมิภาคให้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ไทยสู่การเป็นเวทีนานาชาติ

นายปรีชา สนั่นวัฒนานนท์ ผู้บรรยายพิเศษในหัวข้อ “Thai Exhibition Industry at a Crossroads” ชี้ให้เห็นถึงเมกะ เทรนด์ที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจ อันประกอบด้วย แนวโน้มความเติบโตของภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก การสร้างผลกำไรในอัตราที่สูงขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างรายได้ในส่วนที่ไม่ใช่การขายพื้นที่ เช่น สปอนเซอร์ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรที่มุ่งเน้นอุตสาหกรรมเฉพาะเพื่อเพิ่มศักยภาพและความคล่องตัว พฤติกรรมการค้าในธุรกิจที่ต้องมีความรวดเร็ว ฉบับใหม่มากขึ้นให้ทันกับสภาวะการแข่งขัน การทำวิจัยเพื่อหาความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคและสามารถวางกลยุทธ์แบบลูกค้าคือศูนย์กลาง (Customer Centric) ได้อย่างตรงจุด ตลอดจนการมุ่งพัฒนาฝึกอบรมบุคลากรในธุรกิจงานแสดงสินค้าให้มีคุณภาพ

ทางด้าน นายประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล อดีตนายกสมาคมการค้าแสดงสินค้า (ไทย) กล่าวว่า วิวัฒนาการเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้เกิดการแสดงสินค้าแบบ Digital Trade Show อย่างไรก็ตาม การแสดงสินค้าในรูปแบบ ‘Face to Face’ ยังคงมีความสำคัญอยู่ โดยเทคโนโลยีจะทำหน้าที่เป็นปัจจัยในการส่งเสริมศักยภาพ คุณค่า ของข้อมูลงานให้แก่ผู้มาชมงาน และเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงผู้ซื้อ ผู้ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ งานแสดงสินค้าจะมีขนาดเล็กลง เฉพาะด้าน และเจาะกลุ่มอุตสาหกรรมเฉพาะมากขึ้น จะเป็นแนวโน้มที่มาแรง

ประเทศไทยมี 9 อุตสาหกรรมหลักที่สามารถใช้เป็นฐานการจัดงานแสดงสินค้าที่มั่นคง ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน เครื่องจักรกลเพื่อการผลิต การก่อสร้างตกแต่ง บ้านและเฟอร์นิเจอร์ การเกษตรและอาหาร เทคโนโลยีการสื่อสาร การท่องเที่ยว การแพทย์และยา เครื่องประดับและแฟชั่น และอุตสาหกรรมพลังงาน ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นความต้องการในอาเซียน ซึ่งกำลังมีการพัฒนาโครงข่ายด้านการคมนาคม การสื่อสารสารสนเทศ พลังงาน การศึกษา วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว หากไทยสามารถขยายการจัดงานไปสู่อุตสาหกรรมที่คาดว่าจะเป็อุตสาหกรรมสำคัญในปี 2563 ตามทิศทางของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติในระดับโลกได้ ก็ย่อมส่งผลให้ประเทศไทยยังคงเป็นฐานการจัดงานของภูมิภาคต่อไปได้อย่างยั่งยืน





# Thailand

## EXHIBITIONS 2020 IN SYNC FOR SUCCESS

Thailand's MICE industry has continued to maintain its leadership in the ASEAN region in recent years. In 2012, Thailand organised almost 100 international B2B trade shows with a total of 164,336 participants, generating more than Bt12.71 billion. Nonetheless, due to the changes in the global economic situation, intense regional competition and the free trade framework of ASEAN Economic Community in 2015, it is necessary for Thailand to adapt to the future world.

TCEB therefore organised the TCEB Exhibition Industry Day 2013 on the theme "Thai Exhibition Industry at a Crossroads", brainstorming with operators and organisations to jointly outline a direction for Thailand's exhibitions to cope with the changes. The meeting also discussed the Exhibition 2020 guideline, which aims to strengthen Thai operators and ensure Thailand stays at the forefront of the industry in Asia.

The latest UFI Delphi Study conducted by the Global Association of the Exhibition Industry (UFI) examines global trends of the exhibition industry in 2020 and forecasts that the exhibition industry will play a greater role as a thought leader in each business sector or market. Exhibitions will also serve as effective platforms for business matching between buyers and sellers. There will also be an integration of various new media in organising each trade show, especially in the areas of promotion, market research, customer relations management (CRM) and the management of information and knowledge in organising shows. The emerging trend of cyber or virtual exhibitions will become more pervasive, especially where the mobility of visitors is limited, and entirely change the old business matching model.

In addition, the report indicated that corporate networking and cooperation to jointly create a network of strategic partners through bilateral, trilateral and multilateral cooperation among organisers, exhibition venue operators, trade associations, media and research companies, would be another way of developing joint trade shows. Such a network would mainly aim to expand cooperation with all parties to ensure success in organising each event.

The study forecast that the top five exhibition sectors in 2020 - based on the exhibitions held in the past - would be: Energy; Healthcare; Preservation and Restoration; Environmental Protection; Culture, Sport & Entertainment, and Information Technology & Consumer Electronics. The top five emerging segments would be electric mobility, biotechnology, intelligent concept for water management, smart & new materials, and smart houses.

Mrs. Supawan Teerarat, TCEB's Exhibition Director added that "the trends and models in the exhibition business will lead to the formation of more strategic partnerships and that the ASEAN region is very interesting for the global market. Types of exhibition will be used to target trade shows in MICE destinations. Thus, Thailand has to stand out by using the country as a platform for exhibitions in the region. Regional visitors will thus be attracted to participate in the events and enhance Thailand's image as an international platform.

Mr. Preecha Sananvatananont, a keynote speaker at the event on the topic "Thai Exhibition at the Crossroad", indicated that the mega trends to which operators should pay attention included economic growth trends worldwide and generation of profit at a higher rate by placing importance on creating additional revenue (except space sale) such as through sponsorship. The reorganisation should be aimed at particular industries to enhance potential and flexibility, while business behavior must speed up to cope with the competitive environment. Operators have to carry out in-depth research of customers' needs and design a customer centric strategy to truly meet demand. Raising the quality of human resources in the exhibition business is also required.

Another keynote speaker, Mr. Pravit Sribanditmongkol, Former President of the Thai Exhibition Association (TEA) said that the development of new technologies would lead to the creation of digital trade shows. However, the face-to-face exhibition model is still important, with technology acting as a means to boost the potential and value of event information for visitors. It will also be a medium to bridge sellers and buyers with greater efficiency.

Moreover, the exhibitions will be smaller in size, of specialised interest and aimed at specific industries. These will become a growing trend.

Thailand has nine key industries that can serve as strong base for the sustainable exhibition industry in the country. These are automobile & parts, production machinery, home construction & furnishing, food & agriculture, telecom technology, tourism, medical services and pharmaceuticals, fashion & accessories and energy.

These are needed industries for ASEAN countries where there is extensive development of transportation and telecommunication infrastructure, energy, education, culture and tourism. If Thailand is able to extend the line of exhibitions to include these key industries by 2020 and in accordance with global exhibition trends, the country will continue to be the regional exhibition hub in the long term.



# อุตสาหกรรมไมซ์ไทยเฟื่องฟู ภูมิภาคเอเชียยังคงครองตลาดใหญ่สุด



## Thailand

**ที่** เล็บ เผย ตลาดไมซ์ไทยสดใส โดยในไตรมาสแรกของปีงบประมาณมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งตลาดเอเชียยังคงครองสัดส่วนตลาดสูงสุด และคาดว่า ในไตรมาสสองจะเติบโตมากขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการปรับบทบาทของที่เล็บ และดำเนินการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการฟื้นตัวของตลาดอเมริกา

นายธงชัย ศรีดามา กรรมการ ปฏิบัติหน้าที่แทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือที่เล็บ เผยว่า อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2556 (ตุลาคม 2555 – กันยายน 2556) เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.10 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีงบประมาณ 2555 ซึ่งสูงกว่าที่ประมาณการไว้ โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวต่างชาติทั้งสิ้น 177,699 คน คิดเป็นรายได้รวมทั้งสิ้น 15,103 ล้านบาท

ทั้งนี้ ตลาดไมซ์จากภูมิภาคเอเชียยังคงครองสัดส่วนสูงที่สุดถึงร้อยละ 57.68 และมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 27.09 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวเอเชียทั้งสิ้น 102,501 คน คิดเป็นรายได้ทั้งสิ้น 8,711 ล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางมาเข้าร่วมงานไมซ์ในประเทศไทยสูงสุด 5 อันดับแรกได้แก่ อินเดีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี และมาเลเซีย ตามลำดับ

ส่วนตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด 5 อันดับ พบว่า ประเทศออสเตรเลีย และอเมริกา มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว ในขณะที่ฮ่องกงและไต้หวันมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเท่าตัวเมื่อเปรียบ

เทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา จึงเป็นอีกตลาดที่น่าจับตามองสำหรับผู้ประกอบการไมซ์ไทยในการปรับกลยุทธ์ในการหาตลาดใหม่ ทดแทนตลาดยุโรปที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจในขณะนี้ โดยเฉพาะตลาดอเมริกาซึ่งมีสัญญาณการฟื้นตัวอย่างชัดเจน โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.15

จากผลการดำเนินงานในไตรมาสแรกพบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้ามายังประเทศไทยได้สูงที่สุด จำนวน 57,214 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ตามด้วยอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ ร้อยละ 30 อุตสาหกรรมการประชุมองค์กร ร้อยละ 21 และอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ ร้อยละ 17 ส่วนด้านรายได้พบว่า อุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้มากที่สุดถึง 5,311 ล้านบาท

ในไตรมาสที่สอง (มกราคม – มีนาคม 2556) ที่เล็บ ประมาณการว่า อุตสาหกรรมไมซ์ไทยจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 15 ในแง่จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาร่วมงานในประเทศไทยหลังจากที่ที่เล็บได้ปรับเปลี่ยนบทบาทและภาพลักษณ์องค์กรใหม่ และการดำเนินการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในช่วงไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ที่เล็บประสบความสำเร็จในการจัดงานและสนับสนุนการจัดงานดังนี้

ที่เล็บสนับสนุนการจัดงานรวมทั้งสิ้น 216 งาน แบ่งเป็นงานในอุตสาหกรรมการประชุม 210 งาน งานแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 5 งาน โดยมีกิจกรรมที่สำคัญได้แก่ Pro Health China (Incentives),



Suzuki Motor Japan (Incentives), CITES CoP 16 (Conventions), 15th World Cargo Alliance Conference (Conventions), Medical Asia Thailand 2013 (Exhibitions), CAC Asia Summit 2013 (Exhibitions), Motor Expo 2012 (Exhibitions), 3W 2012 (Exhibitions) เป็นต้น

ที่เลียบขนะการประมูลสิทธิ์การจัดงานทั้งสิ้น 6 งาน แบ่งเป็นงานแสดงสินค้านานาชาติ 1 งาน และงานประชุม 5 งาน ได้แก่ ITU World Telecom 2013 (Exhibitions), 108th Federation Aeronautique Internationale General Conference (Conventions), 35th Asian Medical Students' Conference (Conventions), Conference of the Electric Power Industry (Conventions), Asia Pacific Conference on Communication (Conventions) และ Asian Congress of Pediatric Infectious Disease (Conventions)

“การดำเนินงานในไตรมาสที่ 2 ที่เลียบมุ่งเน้นเจาะตลาดในกลุ่มอาเซียนบวก 6 ซึ่งยังคงเป็นตลาดหลักที่มีศักยภาพสูงสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยในส่วนอุตสาหกรรมการประชุมจะมุ่งเน้นสร้างการรับรู้และขยายตลาดไปยังประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นหลัก ในขณะที่อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติจะมุ่งเจาะประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น อินเดีย เวียดนาม และจีน ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยสูงที่สุดตามลำดับ” นายธงชัย กล่าวเสริม

สำหรับกิจกรรมสำคัญในช่วงไตรมาสที่ 3 ได้แก่

WIN: สนับสนุนการจัดงาน 4th World Anesthesia Convention และจัดการจัด

งานด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ ให้เข้ามาจัดในประเทศไทย และให้การสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติอีกจำนวน 21 งาน

Promote: ที่เลียบเดินทางเข้าร่วมงานเทรดโชว์ทั้งสิ้น 4 งาน ได้แก่ งาน IT&CM China ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน/ งาน IMEX 2013 ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต สาธารณรัฐเยอรมนี / งาน AIBTM ณ เมืองชิคาโก สหรัฐอเมริกา / งาน KME 2013 ณ กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ และจัดกิจกรรมโรดโชว์พาผู้จัดงานชาวไทยไปจับคู่ธุรกิจกับสมาคมการค้า ภาครัฐ และผู้จัดงานในต่างประเทศ 7 ครั้ง ได้แก่ พม่า ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน จีน อังกฤษ เยอรมัน และสหรัฐอเมริกา

Develop: ที่เลียบยังคงเน้นการเสริมศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก อันจะต่อยอดสู่การเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศไทย โดยในช่วงไตรมาสที่ 3 ที่เลียบได้เตรียมจัดทำโครงการมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติในสาขาไมซ์โดยเฉพาะ เปิดสอนในหลักสูตร Exhibition Management Degree จัดทำโครงการจัดสัมมนาหลักสูตรเชิงปฏิบัติการด้านการจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดสัมมนาด้านการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Sustainable Asia) และการจัดสัมมนาเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไมซ์ต่อการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ

ที่เลียบคาดการณ์ว่า ในปี 2556 อุตสาหกรรมไมซ์ไทยจะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 5-10 โดยมีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งสิ้น 940,000 คน และสร้างรายได้เป็นมูลค่ากว่า 88,000 ล้านบาท” นายธงชัย กล่าวทิ้งท้าย

# MICE INDUSTRY SHOWS ROBUST GROWTH ASIA ACCOUNTS FOR BIGGEST MARKET SHARE

**T**he TCEB is predicting bright prospects for Thailand's MICE market, announcing that the industry grew by 14.10 per cent in the first quarter of 2013 with the Asian market making up the highest share. The bureau expects higher growth in the second quarter, thanks to its rebranding and continued aggressive strategies as well as the economic recovery in the US.

Mr. Thongchai Sridama, Acting President of Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organisation) or TCEB, said the outlook for the overall industry in the first quarter of the 2013 fiscal year (October 2012-September 2013) had been bright, with Thailand's MICE industry surging by 14.10 per cent compared to the same period in 2012, and higher than forecast. A total of 177,699 foreign MICE travelers came to Thailand, generating Bt15.10 billion in revenue.

The Asian MICE market made up the majority share, accounting for 57.68 per cent and growth of 27.09 per cent. There were 102,501 Asian MICE travelers to Thailand, contributing Bt8.71 billion in revenue. The top five Asian MICE travelers came from India, China, Japan, South Korea and Malaysia respectively.

Among the top-five growing markets were Australia and the United States, which recorded triple growth, while Hong Kong and Taiwan doubled their growth compared to the same period in the previous fiscal year. These are thus potential markets for Thai MICE operators to tap and strategies should be revised in order to penetrate these and other new markets to compensate for the sluggish European market. The US market is showing a significant sign of recovery with growth of 17.15 per cent.

The incentives industry contributed the largest number of overseas MICE travelers to Thailand during the first fiscal quarter, soaring 32 per cent to 57,214 travelers. It was followed by the conventions industry, which rose by 30 per cent, meetings 21 per cent and exhibitions 17 per cent. The conventions industry generated the highest revenue, with Bt5.31 billion going to the country.

In the second quarter of the fiscal year (January - March 2013), the TCEB forecasts that the MICE industry will grow by 15 per cent in terms of MICE travelers coming to Thailand to attend events. The growth is largely driven by the TCEB's rebranding of its roles and image as well as continued aggressive marketing campaigns.

As regards MICE industry promotion during the first and second quarters of 2013, the TCEB was successful in both winning and supporting events, as follows:

1. TCEB provided support to 216 events comprising 210 conventions and 5 international exhibitions. These included: Pro Health China (Incentives),

Suzuki Motor Japan (Incentives), CITES CoP 16 (Conventions), 15th World Cargo Alliance Conference (Conventions), Medical Asia Thailand 2013 (Exhibitions), CAC Asia Summit 2013 (Exhibitions), Motor Expo 2012 (Exhibitions), 3W 2012 (Exhibitions), Metalex (Exhibitions), Thailand International Aids Forum (Exhibitions) and VIV Asia.

2. TCEB won 6 prestigious bids covering 1 international exhibition and 5 meetings. These are: ITU World Telecom 2013 (Exhibitions), 108th Federation Aeronautique Internationale General Conference (Conventions), 35th Asian Medical Students' Conference (Conventions), Conference of the Electric Power Industry (Conventions), Asia Pacific Conference on Communication (Conventions) and Asian Congress of Pediatric Infectious Disease (Conventions).

“In its operating plan for the second quarter, the bureau is aiming to penetrate the potentially large markets in the ASEAN plus 6 countries. In the meetings industry, the bureau is placing emphasis on creating awareness and expanding the market, mainly into Singapore, Malaysia and Indonesia. The exhibitions industry aims to capture the markets in Singapore, Malaysia, Japan, India, Vietnam and China, as these countries rank highest in terms of numbers of visitors to Thailand,” Mr. Thongchai said.

Major events for the third quarter include:

WIN: Providing support for the 4th World Anesthesia Convention, Herbalife Extravaganza 2013 (Incentives) and obtaining incentives events from Malaysia, Indonesia and Singapore for Thailand, as well as assisting in the holding of another 21 international exhibitions.

PROMOTE: Joining 4 trade shows - IT&CM China in Shanghai, China / IMEX 2013 in Frankfurt, Germany / AIBTM in Chicago and USA / KME 2013 in Seoul, South Korea - as well as initiating road shows that bring Thai exhibitors to match with prospective business partners from trading associations, the public sector and exhibitors abroad. A total 7 shows will be held in Myanmar, the Philippines, Taiwan, China, England, Germany and USA.

DEVELOP: TCEB continues to place emphasis on the enhancement of Thai MICE operators' capabilities in order to prepare them for the competition in the global arena. This will eventually lead to an increase in the number of MICE travelers to Thailand. During the third quarter, the bureau plans to initiate the National Skills Standard for certain MICE sectors through the launch of an Exhibition Management Degree. In addition, the bureau will organise workshops on MICE management and seminars for Thai MICE operators on topics sustainable Asia and preparation for the AEC.

The TCEB estimates that the MICE industry in 2013 will grow by 5-10 per cent to 940,000 foreign MICE travelers and generate revenue of more than Bt88 billion, Mr. Thongchai concluded.





# ดัชนีมาตรฐานไมซ์ เพื่อไทยในเวทีโลก

การดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้แข่งขันได้ในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่หลายประเทศทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์ในทศวรรษหน้า หรือ MICE 2020 กันอย่างจริงจัง และพร้อมที่จะปรับตัวรับการแข่งขันที่จะเปลี่ยนแปลงและทวีความรุนแรงมากขึ้นในอนาคต จุดท้าทายที่สำคัญของไทยจึงต้องมุ่งเน้นและเร่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไมซ์ไทยให้มีมาตรฐานเท่าเทียมกับนานาประเทศสำหรับใช้เป็นเครื่องมือต่อรองในการเจรจาธุรกิจ และเป็นกำแพงปกป้องผู้ประกอบการไมซ์ของไทยต่อไปในอนาคต

การเร่งพัฒนามาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่างๆ จึงเป็นการติดอาวุธให้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ของไทยพร้อมที่จะลุยตลาดไมซ์ในระดับโลกต่อไป ด้วยความสำคัญดังกล่าวที่เลิศจึงเดินหน้าแผนเชิงรุกยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้ครอบคลุมในทุกๆ มิติที่อุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลกให้ความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นด้านสิ่งแวดล้อม ด้านพลังงาน ด้านความปลอดภัย และด้านมาตรฐานการจัดการ

นางนิชาภา ยศศิริ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เลิปลกล่าวว่า “เนื่องจากกิจกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจทุกสาขา และส่งผลเชิงบวกต่อภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม ทั้งในระดับจุลภาค ไปจนถึงระดับมหภาคได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น ที่เลิปลจำเป็นต้องเร่งสร้างฐานอุตสาหกรรมไมซ์ให้แข็งแกร่งด้วยกลยุทธ์ทั้งเชิงรุก และเชิงรับ โดยการพัฒนาฐานมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ถือเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการของไทยที่จะต่อยอดสู่การตลาดได้ทั้งรุกและรับ โดยผู้ประกอบการไมซ์สามารถใช้มาตรฐานต่างๆ เหล่านี้เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำหรับรุกตลาดและขยายตลาด ในขณะเดียวกันหากมีการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทยสามารถนำมาตรฐานเหล่านี้มาตั้งรับให้แก่ภาคเอกชนเพื่อป้องกันการหลั่งไหลเข้ามาของแรงงานชาวต่างชาติได้อีกทางหนึ่ง”

ตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ที่เลิปลได้ริเริ่มการจัดทำมาตรฐานต่างๆ สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่านานาชาติ สร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรมโดยใช้มาตรฐานเป็นมาตรฐานวัด และเป็นเครื่องยืนยันในเวทีต่างประเทศว่าประเทศไทยมีความพร้อมในการจัดงานต่างๆ ได้อย่างมีมาตรฐานสากล ซึ่งถือเป็น



# INDEX TO GLOBAL EXCELLENCE

หัวใจสำคัญ ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน ปัจจุบันที่เลียบได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์เสร็จไปแล้วจำนวน 4 มาตรฐาน ได้แก่

มาตรฐานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ

ISO 50001: Energy Management System มาตรฐานด้านการจัดการพลังงาน เป็นมาตรฐานที่มีสาระสำคัญในการมุ่งเน้นการจัดการพลังงานอย่างเหมาะสม โดยที่เลียบได้ทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม และที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญในมาตรฐานด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน เพื่อนำผู้ประกอบการไมซ์เข้าสู่กระบวนการตรวจสอบ จัดการ และปรับปรุงการใช้พลังงานจนอยู่ในระดับเกณฑ์มาตรฐาน โดยในปัจจุบันมีศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านำผ่านการรับรองแล้วสองรายได้แก่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี และศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ISO 22000: Food Safety Management System มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร เป็นมาตรฐานด้านอาหารที่เป็นที่ยอมรับระดับสากล เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของอาหารที่จะช่วยให้เกิดการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการอาหารปลอดภัยทั้งระบบ และถือเป็นประเด็นที่สำคัญระดับต้นๆ ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทยเพราะเกี่ยวข้องกับเรื่องภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสถานที่จัดงาน ประกอบกับอาหารไทยเป็นจุดขายของไทย การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารจะยกระดับให้อาหารไทยได้รับความเชื่อถือทั้งรสชาติและความปลอดภัยจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั่วโลก โดยในปัจจุบันมีศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านำผ่านการรับรองแล้วได้แก่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี

TISI 22300: MICE Security Management System: MSMS มาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับสถานที่จัดงานไมซ์ โดยประเทศไทยถือเป็นประเทศแรกของโลกที่มีมาตรฐานระดับประเทศเรื่องความปลอดภัยสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ และมาตรฐานนี้ ยังได้รับการประกาศใช้ในพระราชกฤษฎีกาเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2552 ยิ่งเป็นการตอกย้ำถึงความ

f Thailand's MICE industry promotion is to cope with competition in the long-run, especially at a time when many countries are seriously discussing MICE 2020 and preparing to adapt to confront changes, the capabilities of Thai operators must be enhanced so that their standards are on par with international competitors. These standards will be used as a bargaining tool in business negotiations and form a barrier that will protect Thai MICE operators in the future.

Acceleration in the development of various MICE standards is therefore essential, as it will ensure that Thai MICE operators are well armed and thus prepared to fight in the global marketplace. TCEB, which is an important player in this development, is thus moving forward with aggressive plans that will elevate Thailand's MICE industry and cover all dimensions in the sphere of global interest including the environment, energy, safety and management.

Mrs. Nichapa Yoswee, Director of TCEB's MICE Capabilities Department, notes that as MICE is an effective marketing tool for every business sector at both the micro and macro-economic levels, and one that generates a rapid positive impact, the bureau much strengthen the fundamentals of the industry through aggressive preparation strategies.

The Thai MICE operators will be able to use the standards as tools to penetrate and expand their markets. Thailand can also use the standards to prepare the private sector to fight against the expected influx of foreign workers once the ASEAN Economic Community (AEC) comes into effect.

Over the past years, the bureau has initiated various standards to upgrade Thailand's MICE industry and bring it up to international standard. These will strengthen the industry by providing assurance to the global marketplace that Thailand is ready to host international standard events. This in turn will be a key factor in increasing the competitive edge and ensuring the sustainable growth of the industry.

The TCEB has introduced 4 MICE standards to date, as follows:

Complete standards

-ISO 50001: Energy Management System is aimed at suitable energy management. The bureau works closely with Thai Industrial Standards Institute and a consultant specialising in environmental and energy standards to encourage the MICE operators to enter the process of inspection, management, system and energy utilisation improvements to meet standard requirements. Currently, the certified operators are IMPACT Exhibition Management Co., Ltd. (the operator of IMPACT Arena, Exhibition and Convention Center) and N.C.C. Management & Development Co., Ltd. (the operator of Queen Sirikit National Convention Center: QSNCC).

-ISO 22000: Food Safety Management System addresses food safety standards and is recognised internationally. It involves food safety management and requires guidelines for organisations in the food supply chain. It is also a priority for Thailand's MICE industry because it affects the image and reliability of the event venues. In addition, Thai food is a selling point for the industry, so the food safety standard will upgrade Thai food and allow it to win confidence from MICE travellers all over the world in terms of taste and safety. IMPACT Muang Thong Thani has received this certificate.

-TISI 22300: MICE Security Management System (MSMS) is designed for MICE venues. Thailand is the first country to create a national security standard for the MICE industry. The standard regulation was announced in the Royal Gazette on February 10, 2008, thus stressing its importance in raising the level of the industry and making Thailand a preferred destination for the MICE industry in Asia. The certified organisations are IMPACT, QSNCC, Bangkok International Trade & Exhibition Center (BITEC), Pattaya Exhibition and Convention Hall (PEACH), and Royal Cliff Hotel.

-ISO 20121: Event Sustainability Management System is designed for event industry. TCEB introduced this standard in Thailand to encourage various organisations in public and private sectors to proceed in line with sustainability practices. Thailand is expected to adopt the standard as a selling point to win such mega events as the World Expositions or the Olympic Games for the country. The bureau will arrange training courses to provide knowledge and advice. Currently, there are 3 organisations participating in the project: Kingsmen C.M.T.I. Co., Ltd., Plaza Athenae Bangkok and QSNCC.

Furthermore, the TCEB is preparing to develop other MICE standards, among them National Skills Standard for MICE industry, Domestic MICE Standard, MICE Hotel Standard, and the Carbon Footprint Assessment Guideline for Exhibition Industry.

Mrs. Nichapa notes that the Carbon Footprint Assessment Guideline is the latest effort. The TCEB



สำคัญของมาตรฐานในการที่จะช่วยยกระดับและสร้างจุดขายให้กับประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางธุรกิจการสัมมนาและแสดงสินค้าในระดับภูมิภาคเอเชีย องค์การที่ผ่านการรับรองมาตรฐานแล้ว ได้แก่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานี ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ศูนย์ประชุมพีช (Pattaya Exhibition and Convention Hall: PEACH) และ โรงแรม รอยัลคิลิฟ

ISO 20121: Event Sustainability Management System มาตรฐานการบริหารจัดงานไม่ใช้อย่างยั่งยืน เป็นมาตรฐานการจัดการและบริหารงานที่ได้รับการออกแบบมาสำหรับธุรกิจการจัดงานอื่นใดโดยเฉพาะ โดยที่เลือกได้เปิดตัวมาตรฐานนี้ในประเทศไทยเพื่อกระตุ้นให้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการดำเนินงานตามแนวทางการปฏิบัติด้านความยั่งยืน และหวังว่าประเทศไทยจะใช้มาตรฐานดังกล่าวเป็นจุดขายในการจัดงานระดับโลก หรือ Mega Event เช่น World Exposition หรือ Olympic เข้ามาจัดที่ประเทศไทยที่เลือกจะจัดให้มีการอบรมให้ความรู้และให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด ซึ่งปัจจุบันมีผู้ที่เข้าร่วมโครงการเพื่อการรับรองจำนวน 3 ราย ได้แก่ บริษัท Kingsmen C.M.T.I. จำกัด โรงแรม Plaza Athenee Bangkok และ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

นอกจากนี้ที่เลือกได้เตรียมดำเนินการพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านอื่นๆ อาทิการเตรียมการจัดทำมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ การจัดทำมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย การจัดทำมาตรฐานโรงแรมไมซ์ หรือ MICE Hotel Standard และการจัดทำแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า

นางนิชาภา กล่าวเสริมว่า “สำหรับการจัดทำแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า ถือเป็นแนวทางล่าสุดที่เลือกได้ลงนามบันทึกข้อตกลง (MOU) กับ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เมื่อกลางเดือนมีนาคมที่ผ่านมา เพื่อจัดทำแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเป็นอีกมาตรการที่จะยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคสังคมคาร์บอนต่ำ (Low carbon society) และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้าของไทยในระดับสากล โดยได้จัดทำหลักเกณฑ์การประเมิน (Central Calculation Method) สำหรับกิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินทาง อาหาร ที่พัก และการใช้ไฟฟ้า จากนั้น จะมีการหารือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องก่อน โดยคาดว่าจะสามารถเริ่มใช้หลักเกณฑ์การประเมินได้ในปลายปีนี้ ซึ่งถือว่าเป็นประเทศแรกในเอเชียที่มีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์”

“คาร์บอนฟุตพริ้นท์” หมายถึง ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง การประกอบชิ้นส่วน การใช้งาน และการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังใช้งาน โดยคำนวณออกมาในรูปของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

“ในระยะแรก การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์จะใช้กับอุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้า ก่อนจะขยายไปสู่อุตสาหกรรมการประชุม สัมมนา และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในระยะต่อไป โดย ที่เลือกจะรณรงค์ผู้จัดงานให้ตระหนักถึงความสำคัญในการจัดงานที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน ซึ่งจะนำไปสู่การจัดงานอย่างยั่งยืน และสำหรับในเวทีนานาชาติ สมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก หรือ UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) ยังได้พูดคุยกันมาหลายปีแล้วว่า ที่ผ่านมามีการใช้กำแพงภาษีเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าในหลายอุตสาหกรรม เช่น สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ และบรรจุภัณฑ์ แต่เมื่อมีข้อตกลงเปิดการค้าเสรีมากขึ้น ก็จะไม่สามารถใช้มาตรการทางภาษีได้ แต่มีแนวโน้มจะใช้มาตรฐานคาร์บอนฟุตพริ้นท์มาใช้เป็นมาตรการกีดกันทางการค้าในอนาคต ซึ่งการจัดทำแนวทางดังกล่าวจะช่วยเหลือผู้ประกอบการไมซ์ของไทยไม่ให้โดนกีดกันได้ในอนาคต” นางนิชาภา กล่าวทิ้งท้าย

has signed a memorandum of understanding (MOU) with the Thailand Greenhouse Gas Management Organisation (TGO) to develop guidelines to assess the industry's carbon footprint. The aim is to prepare the industry as it enters a low carbon society and enhance competitiveness in the international market.

Under the terms of the agreement, the TCEB and the TGO will jointly develop a Central Calculation Method for various activities including travel, food, accommodation and electricity consumption. With this completed, the bureau will hold discussions with stakeholders before implementation. The bureau expects to begin the carbon footprint assessment for exhibitions by the end of this year. Thailand is the first country in Asia to adopt the carbon footprint assessment for the MICE industry.

“The carbon footprint takes into account the quantity of greenhouse gas emissions from each production unit for the whole life cycle (cradle to grave) of a particular product and calculates the carbon dioxide equivalent of the emissions being issued.”

In the first phase, the carbon footprint assessment will be adopted for the exhibition industry before extending in the next phases to meetings, conventions and incentives. The bureau has to encourage increased awareness among organisers about global warming, which will lead to event sustainability.

In recent years, UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) has discussed how tax acts as a trade barrier to various industries such as textiles, furniture and packaging. With trade liberalisation agreements, the tax measure will no longer apply. In the future, an industry's carbon footprint will be the trade barrier. Drawing up a carbon footprint guideline will thus prevent Thai MICE operators from being blocked in the future, Mrs. Nichapa concludes.







## D-MICE STRATEGIES SET FROM LOCAL TO GLOBAL SUCCESS

**T**CEB has unveiled a Strategic Roadmap for domestic exhibitions. The bureau is placing emphasis its strategy to promote the domestic industry in 3 main ways to support and upgrade exhibitions in provincial areas to generate improved income distribution. The department is also to introduce a trade session leading to business matching.

Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, Director of the Domestic MICE Department, said that Thailand's MICE industry has continued to grow thanks to the government's policy of developing connectivity within the country and with neighbouring countries, the new economic growth model and MICE City development. In addition, the integration of the ASEAN Economic Community (AEC) will have the effect of mixing both domestic and international exhibitions as single events.

Under the new growth model, the government is emphasizing four pillars - more economic independency, careful environmental use, social fairness, and administrative system improvement - and these are being used as the main criteria for budget allocations.

Mr. Chiruit said that Thailand is currently a very attractive prospect for the global market because of the country's better economic situation and its position as an economic hub of the ASEAN region. The National Economic and Social Development Board (NESDB)'s recent study on the status of the country's major businesses indicates that the MICE industry is among

the service businesses holding a competitive position and ready to overcome the competition.

For the domestic MICE industry, the exhibition industry is not just a key sector to generate revenue for the country's economy through organising events, but also a powerful tool to stimulate understanding, sales and marketing promotions. Furthermore, the industry serves as a major platform for various industrial sectors, which will help strengthen the country's economic potential. Thus, the acceleration in developing the domestic MICE industry will eventually promote and expand the country's trade and investment platform.

The TCEB has drawn up 3 main lines of support for the D-MICE industry as follows:

**Invent:** support the organisation of new trade shows with unprecedented themes or content. This could cover new products/services or new creative ideas for the show.

**Clone:** support in bringing successful shows usually held in Bangkok to the provinces. This is aimed at distributing economic growth in the regions and would include such events as the Book Fair, Food & Hotelier, Dogs Fair, and Thai Orchid Show.

**Upgrade:** develop higher standards of event organisation. Upgrade local trade shows to regional or national shows and expand to upgrade event composition.

The TCEB will start event cloning with the Book Fair. The bureau will sign a memorandum of understanding with publishers and booksellers associations in the regions to participate in the regional Book Fairs, the first



# ติดตามงานแสดงสินค้าไทย

ที่

สืบเผยแพร่ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ชุกยภาพส่งเสริมอุตสาหกรรมแสดงสินค้าในประเทศ วาง 3 แนวทางหลักในการสนับสนุนและยกระดับการจัดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ รวมทั้งริเริ่มเวทีเจรจาการค้าเพื่อนำไปสู่การจับคู่ทางธุรกิจ

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาดในประเทศ ที่เส็บ เปิดเผยว่า จากนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมเชื่อมโยงทั้งในประเทศและกับประเทศเพื่อนบ้าน การกำหนดรูปแบบใหม่ในการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และการพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ จะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะส่งผลให้เกิดการผสมผสานระหว่างอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและนานาชาติในงานเดียวกันมากยิ่งขึ้น

ภายใต้นโยบายการเติบโตทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ รัฐบาลกำหนด 4 ปัจจัยหลักคือ การบริหารเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเอง การบริหารงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สร้างความเป็นธรรมในสังคม โดยให้ความสำคัญในการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค และการปรับปรุงระบบการปกครอง ซึ่งใช้เป็นเงื่อนไขหลักในการจัดสรรงบประมาณ

นายจิรุตถ์ กล่าวว่า ปัจจุบัน ประเทศไทยดึงดูดความสนใจจากนานาชาติได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งจากการวิเคราะห์ของสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ถึงสถานะธุรกิจหลักของประเทศระบุว่าอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมของประเทศที่มีศักยภาพสูงในการแข่งขันกับนานาชาติ

สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมแสดงสินค้า ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่ไม่เพียงแต่จะสร้างรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศผ่านการจัดงานในแต่ละครั้ง หากแต่ยังเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการเสริมสร้างความเข้าใจ ส่งเสริมการขายและการตลาด ตลอดจนกระทั่งเป็นเวทีการค้าที่สำคัญให้แก่ภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ อันจะช่วยเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ฉะนั้น การเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมแสดงสินค้าภายในประเทศให้เติบโตและ

แข็งแกร่งเท่ากับเป็นการสนับสนุนและขยายเวทีทางด้านการค้าและการลงทุนให้แก่ประเทศ

ที่เส็บจึงได้วางแนวทางในการสนับสนุนตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมแสดงสินค้าในประเทศ เป็น 3 แนวทาง ได้แก่

Invent: สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ๆ ที่ไม่เคยจัดมาก่อน อาจจะเป็นสินค้า/บริการใหม่ หรือมีแนวคิดหรือรูปแบบการจัดงานแบบใหม่

Clone: สนับสนุนการนำงานแสดงสินค้าในประเทศที่ได้รับความนิยมสำเร็จในระดับประเทศ ต่อยอดขยาย และกระจายการจัดงานแสดงสินค้าดังกล่าวในภูมิภาคอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายการเติบโตของเศรษฐกิจสู่ภูมิภาค เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ หรือบู๊คแฟร์ งาน Food & Hotelier, งานมหกรรมสัตว์เลี้ยง งานมหกรรมกล้วยไม้ไทย

Upgrade: การยกระดับมาตรฐานของการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ ริเริ่มยกระดับงานแสดงสินค้าระดับท้องถิ่นให้เป็นงานแสดงสินค้าระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ การเพิ่มหรือยกระดับองค์ประกอบของงาน

โดยในเบื้องต้น ที่เส็บ ได้ดำเนินแผนการ Clone งาน เริ่มจากการจัดงานบู๊คแฟร์ ซึ่งที่เส็บจะลงนามในข้อตกลงกับสมาคมผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือในภูมิภาค เพื่อให้มาเข้าร่วมงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ซึ่งจะเริ่มจากงานที่ อ.หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในเดือนมิถุนายนนี้ โดยภายในงานจะมีการจัดฝึกอบรมบรรณารักษ์เกี่ยวกับแนวโน้มธุรกิจหนังสือ เช่น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ที่เส็บจะเป็นเจ้าภาพเชิญครูโรงเรียนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มาร่วมงานด้วย พร้อมทั้งรณรงค์ให้บริษัทต่างๆ ร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมด้วยการบริจาคหนังสือให้แก่โรงเรียนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ หลังจากนั้นที่เส็บมีแผนสนับสนุนการจัดงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติที่จังหวัดอุดรธานี และขอนแก่น

นอกเหนือจากการส่งเสริมให้มีการจัดงานแสดงสินค้า ในปี 2556 ที่เส็บจะริเริ่มเปิดเวทีเจรจาการค้า (Trade session) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยมุ่งเน้นให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ ในการจัดงานแต่ละครั้ง ส่วนผู้จัดงานจะส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดนำเที่ยวหลังการจัดงาน ซึ่งจะทำให้ระยะเวลาพักของผู้มาร่วมงานนานขึ้น และมีการใช้จ่ายในท้องถิ่นมากขึ้น

ในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมแสดงสินค้า ที่เส็บเน้นการวางมาตรการและการดำเนินการภายใต้แนวคิด 'ไทยทีม' โดยดึงภาคเอกชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วย โดย ที่เส็บ ได้เริ่มบูรณาการทั้งในด้านกลยุทธ์การตลาด และงบประมาณดำเนินการ

ทั้งนี้ ที่เส็บจะดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดควบคู่ไปกับการพัฒนาไมซ์ซิตี้ โดยจะกระตุ้นให้มีการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ตามศักยภาพของพื้นที่ และโอกาสของการขายสินค้า ทั้งนี้ ที่เส็บมีเป้าหมายขยายเมืองแห่งไมซ์เพิ่มขึ้น และเสริมสร้างศักยภาพเมืองแห่งไมซ์ในปัจจุบันให้มีความพร้อมอย่างสมบูรณ์ซึ่งนอกจากกรุงเทพมหานครแล้ว พัทยา เชียงใหม่ และภูเก็ตถือว่าเป็นเมืองแห่งไมซ์ที่มีความพร้อมสมบูรณ์ในการรองรับการจัดงานไมซ์

นายจิรุตถ์ กล่าวเพิ่มเติมว่า นอกเหนือจากการส่งเสริมให้เกิดการจัดงาน ที่เส็บยังได้เตรียมเปิดตัวศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศการจัดแสดงสินค้า (Exhibition) ซึ่งเป็นศูนย์กลางที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองและสถานที่จัดงาน ข้อมูลของงานแสดงสินค้า ข้อมูลตลาด ข้อมูลผู้ประกอบการ และเครือข่ายธุรกิจ ภายในเดือนพฤษภาคมนี้ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ เตรียมการ และจัดแสดงสินค้าในแต่ละเมือง และเป็นฐานข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่ภาคเอกชนในการจัด และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในแต่ละครั้ง

ในขณะเดียวกัน จะมีการเชื่อมต่อกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของเมืองแห่งไมซ์ เพื่อให้หน่วยงานที่ต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลสารสนเทศการจัดแสดงสินค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง ทันสมัย ได้อย่างรวดเร็ว

of which will be held in Hat Yai, Songkhla Province in June 2013. The bureau will arrange a training course on book business trends for librarians, such as E-books, as part of the fair.

Moreover, the bureau will arrange a trip for teachers attached to schools in the three southernmost provinces so that they can participate in the event. The bureau will also launch a CSR campaign, encouraging companies to donate books for the schools in these three southernmost provinces. After Hat Yai, the TCEB plans to support Book Fairs in Udon Thani and Khon Kaen provinces.

In addition to the promotion of trade shows, this year the bureau will initiate trade sessions for buyers and sellers with the aim of creating business matching as part of every show. Organisers will be called on to provide such other activities as post tour programs, which will help increase the average length of stay of visitors and promote spending in local areas.

For D-MICE development strategy, the bureau is focusing on measures and operations under the Thai Team concept

by encouraging the local private sector to participate in the events. This year, the TCEB has integrated marketing strategies with the operating budget and will drive forward a marketing strategy that's coupled with MICE City development.

The bureau will encourage organisations to design D-MICE events in line with the capability of the destination and product opportunities. The bureau also aims to expand MICE Cities and strengthen capability of the current MICE Cities. Besides Bangkok, Pattaya, Chiang Mai and Phuket are the MICE Cities with perfect readiness to host events.

Mr. Chiruit added that the bureau will be launching the Domestic Exhibitions database covering event cities, information on products, markets, operators and local business networking in May this year to support the organisers in their analysis, preparedness and organisation in each city.

The bureau will also connect its database system with those of the MICE Cities, enabling organisations to quickly access accurate and up-to-date information.



# PHILIP KOTLER: MARKETING 3.0 FROM PRODUCTS TO CUSTOMERS TO HUMAN SPIRIT



**P**hilip Kotler, a leader in marketing thought, recently held a certified training course on “Values Driven Marketing”, explaining his latest concept in business marketing “Marketing 3.0” and discussing marketing trends in the coming decade.

Kotler, 82, a distinguished Professor of International Marketing at the Kellogg School of Management at Northwestern University, is a passionate believer in transferring his knowledge, drawing interesting pictures of marketing in this transitional era via various platforms around the world.

At the training course in Bangkok in early March 2013, organised by Krungthep Turakij Newspaper and supported by the Thailand Exhibition and Convention Bureau (TCEB), Kotler addressed Marketing 3.0, a modality that moves on from mass products (Marketing 1.0) and customer-centric (Marketing 2.0) to taking account of the human spirit.

To achieve business success in the long-term, the company has to win the spirit of consumers by enabling them to recognise the value of its brand. Thus, marketing needs to cover all dimensions, especially social marketing. Today, CSR (Corporate Social Responsibility) is expanding to CSV (Creating Share Values), which will make the brand strong and sustainable.

Kotler stressed that consumers today place importance on the companies that are aware of society rather than on just sales revenue. Thus, successful marketers must seek the right balance between profit and social activities.

“For marketing to be successful, marketers have to switch from ‘What’s good for business is good for society’ to ‘What’s good for society is good for business.’” Kotler also notes that marketing strategies are entering the world of social media. It will become a tool, forcing companies to adapt and focus on developing good products and good brands. Social media will also serve as a channel to increase the power of consumers via the Internet.

Marketers therefore must place more importance on online marketing or social media. In the near future, online shopping is likely to account for 50 per cent compared to only 10 per cent of the online retail business worldwide.

Kotler added that the companies should no longer aim at extremely high profits, but instead emphasise good relations with stakeholders including customers, employees, shareholders and society, and then share the profits with them. This is fundamental to the success of the world’s leading companies in maintaining their brands in the minds of consumers.

## ฟิลิป คอตเลอร์ เปิดมุมมองการตลาดยุคใหม่ จากสินค้า ผู้บริโภค สู่จิตวิญญาณ

**ฟ**ิลิป คอตเลอร์ ผู้นำทางความคิดด้านการตลาดระดับโลก เปิดอบรมกลยุทธ์การตลาดสู่จิตวิญญาณแห่งปีในหัวข้อ “Values Driven Marketing” ถ่ายทอดแนวคิดล่าสุด Marketing 3.0 และแนวโน้มการตลาดทศวรรษหน้า

คอตเลอร์ ศาสตราจารย์กิตติคุณด้านการตลาดระหว่างประเทศ ประจำคณะบริหารธุรกิจ The Kellogg School of Management มหาวิทยาลัยนอร์ทเวสต์เทิร์น สหรัฐอเมริกา วัย 82 ปี ยังคงเต็มเปี่ยมด้วยความปรารถนาและพลังที่จะฉายภาพการเปลี่ยนผ่านยุครอยต่อของการตลาดผ่านเวทีต่างๆ ทั่วโลกได้อย่างน่าสนใจยิ่ง

ในการเปิดอบรมที่กรุงเทพมหานครเมื่อต้นเดือนมีนาคมที่ผ่านมาซึ่งจัดโดยหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และด้วยการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) คอตเลอร์กล่าวว่า ปัจจุบัน ทุกคนจะต้องพูดถึง Marketing 3.0 ซึ่งปรับเปลี่ยนจากการตลาดเดิมที่เน้นเรื่องตัวสินค้า หรือการตลาดมวลชนในยุค 1.0 มาเป็นเป็นการเน้นที่ลูกค้าในยุค 2.0 และปรับเปลี่ยนไปเป็นการตลาดที่เน้นเรื่องจิตวิญญาณของมนุษย์

สิ่งที่ตอบโจทย์การทำธุรกิจได้ในระยะยาว คือ การเอาชนะจิตวิญญาณของผู้บริโภค ด้วยการทำให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าของแบรนด์ ซึ่งจำเป็นต้องทำการตลาดให้ครบทุกมิติ โดยเฉพาะการตลาดในมิติของสังคม ที่มีพัฒนาการต่อจากการตลาดที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ไปเป็นการตลาดเชิงคุณค่า (Creating Share Values: CSV) ที่จะทำให้แบรนด์มีความแข็งแกร่งและยั่งยืน

คอตเลอร์ ย้ำว่า ในปัจจุบัน ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับบริษัทที่ใส่ใจสังคม ไม่ใช่สนใจแต่เพียงยอดขายอย่างเดียว นักการตลาดที่จะประสบความสำเร็จจะต้องหาสมดุลระหว่างการสร้างกำไรให้ธุรกิจ พร้อมๆ กับการทำกิจกรรมเพื่อสร้างสวัสดิสังคม

“การตลาดจะประสบความสำเร็จได้จะต้องเปลี่ยนแนวคิดจากอดีตที่มองว่า อะไรที่ดีสำหรับธุรกิจก็จะดีสำหรับสังคม (What’s good for business is good for society) มาเป็นการคิดว่า อะไรที่ดีกับสังคมก็จะดีสำหรับธุรกิจ (What’s good for society is good for business)”

นอกจากนี้ คอตเลอร์ คาดการณ์ว่า กลยุทธ์การตลาดกำลังเข้าสู่ยุคโซเชียลมีเดีย ซึ่งจะกลายเป็นเครื่องมือผลักดันให้บริษัทต้องปรับตัวสร้างผลิตภัณฑ์และสร้างแบรนด์ที่ดี และเป็นช่องทางทำให้พลังของผู้บริโภคผ่านอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น ดังนั้น นักการตลาดจะต้องหันมาให้ความสำคัญต่อการตลาดในโลกออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียมากขึ้น โดยในอนาคตอันใกล้นี้ ธุรกิจออนไลน์จะมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเป็น 50% เทียบจากธุรกิจค้าปลีกทั่วโลกจากที่ปัจจุบันมีอยู่เพียง 10%

คอตเลอร์ กล่าวว่า บริษัทที่ไม่ได้เน้นกำไรสุดโต่ง แต่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชนและสังคม และแบ่งปันผลกำไรที่ได้รับ เป็นหนึ่งในคุณสมบัติสำคัญที่ทำให้บริษัทชั้นนำของโลกประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ให้อยู่ในใจของผู้บริโภคตลอดกาล