

TCEB NEWSLETTER



THAILAND
convention & exhibition bureau

www.tceb.or.th

Issue 16

November-December, 2010



Believe in THAILAND



สสปน. เสริมการตลาด
เชิงรุกในโครงการ 'มั่นใจ
เมืองไทยพร้อม'
กลยุทธ์สำคัญเพื่อการเติบโต
อุตสาหกรรมไมซ์



TCEB AGGRESSIVELY
REINFORCES 'BELIEVE
IN THAILAND'
CAMPAIGN 2011
A MAJOR BOOST FOR MICE
MARKET GROWTH



4-10 TCEB AGGRESSIVELY REINFORCES 'BELIEVE IN THAILAND' CAMPAIGN 2011 A MAJOR BOOST FOR MICE MARKET GROWTH



11-13 TCEB EXPANDS THAILAND MICE EDUCATION CAMPAIGN COLLABORATING WITH BANGKOK'S LEADING EDUCATIONAL INSTITUTES TO LAUNCH THE EVER FIRST MICE JOB FAIR IN THE COUNTRY



14.15 TCEB JOINED WITH TAT AND TICA TO REVIVE HAT YAI ORGANIZED FAMILIARIZATION TRIP TO ACCELERATE THE DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC MICE MARKET



16-17 TCEB KICKS OFF THE BIDDING TO HOST THE WORLD EXPO 2020 SIGNIFICANT PROGRESS REVEALED AS THE CURTAIN CLOSES ON THE WORLD EXPO 2010



18-19 TCEB LAUNCHES D-MICE PACKAGE TO STIMULATE DOMESTIC MICE



20 THAI MICE EXECUTIVE JOINS UFI INTERNATIONAL TRADE FAIR FORUM HIGHLIGHTING THAILAND'S READINESS TO HOST UFI OPEN SEMINAR 2011



THAILAND
convention & exhibition bureau

TCEB Newsletter

Public Relations Division
Marketing Communication Department

Senior Manager: **Parichat Svetasreni**

Managers: **Arisara Thanuplang,**
Sumet Kanchanapan

Thailand Convention & Exhibition
Bureau (TCEB)

Siam Tower, 26th Floor, 989 Rama 1
Road, Pathumwan, Bangkok 10330
Tel: +66 2 694 6000
Fax: +66 2 658 1411
E-mail: info@tceb.or.th,
arisara_t@tceb.or.th

Chief Operating Officer: **Aeumsree
Boonhachairat**

Editor: **Patcharee Lueng-uthai**

E-mail: **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**

Publisher: **Nation Multimedia Group Plc
on behalf of Thailand Convention &
Exhibition Bureau (TCEB)**
1854 Bangna-Trad Rd, Bangna, Bangkok
10260 Thailand

Printed by: **Kyodo Nation Printing Co Ltd**
165/7 Moo 4, Bangna-Trad Rd Km 29.5,
Bang Bo, Samut Prakan 10560
Tel: **(02) 313 4412-4**



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีผู้อ่านวารสาร สสปน. ทุกท่านครับ

ในไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2554 (ตุลาคม ถึง ธันวาคม 2553) สสปน. ได้เร่งดำเนินแผนการตลาดเชิงรุกภายใต้โครงการ 'Believe in Thailand' (มันใจ เมืองไทยพร้อม) ซึ่งจะใช้เป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างความเชื่อมั่นประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในตลาดกลุ่มเป้าหมายสำคัญ ๆ ทั่วโลก โดยช่วงปลายเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา สสปน. เดินทางไปบุกตลาดยุโรปด้วยการจัดโรดโชว์ที่ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ เพื่อสร้างความเข้าใจและภาพลักษณ์เชิงบวกกับกลุ่มผู้บริหารองค์กรและสื่อมวลชนถึงสถานการณ์ปัจจุบันในประเทศไทย หลังจากนั้น สสปน. ได้นำทีมผู้ประกอบการไมซ์ไทย 27 ราย เข้าร่วมงานเทรดโชว์ EIBTM 2010 ณ กรุงบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งถือเป็นงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดงานหนึ่งของสหภาพยุโรป ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี

ดังนั้น สสปน. จึงใช้เป็นเวทีสร้างความเชื่อมั่นและแสดงศักยภาพและความพร้อมของการจัดงานไมซ์ไทย ภายใต้แคมเปญ 'มันใจ เมืองไทยพร้อม' โดยใช้แนวคิด "เมืองไทย...สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ" โดย สสปน.ได้นำเสนอ 5 โปรโมชันแพคเกจ ได้แก่ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อการสร้างทีมงาน การสนับสนุนกิจกรรมกอล์ฟ และสปา การสนับสนุนกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปี ไปจนถึงเดือนธันวาคมสิ้นปีหน้า ส่วนอีก 2 แพคเกจที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ คือ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และการสนับสนุนกิจกรรมการจัดงานประชุมสีเขียว (Green Meetings)

สำหรับตลาดไมซ์ในประเทศ สสปน. ได้จัดทำแผนฟื้นฟูตลาดในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วม โดยในระยะเร่งด่วน สสปน. ร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) นำผู้แทนบริษัทขนาดใหญ่จากกรุงเทพฯ ร่วมกิจกรรมแฟม ทรูป สร้างความเสียหายในพื้นที่ อ. หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พร้อมเปิดเวทีผู้ซื้อพบผู้ขาย และฟื้นฟูภาคประชาชนด้วยกิจกรรมจิตอาสา ขณะนี้ สสปน. อยู่ระหว่างการประเมินมูลค่าความเสียหายและความสูญเสียโอกาสทางการตลาดเพื่อเสนอขอเงินช่วยเหลือฉุกเฉินจากรัฐบาล มาตรการนี้ให้อุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตตามเป้าที่วางไว้

ในขณะเดียวกัน สสปน. ได้เปิดตัวรายการส่งเสริมการขายใหม่ "D-MICE Package" เพื่อสร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นการจัดงานไมซ์ในประเทศ ภายใต้โครงการ "ร่วมใจประชุมเมืองไทย พลิกฟื้นเศรษฐกิจชาติ" พร้อมกับพัฒนาช่องทางบริการพิเศษ 2 ช่อง คือ การพัฒนาเว็บไซต์ของโครงการประชุมเมืองไทย ซึ่งมีทั้งภาษาไทย (www.ประชุมเมืองไทย.com) และ ภาษาอังกฤษ (www.meetinginthailand.com) ให้เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ และการจัดตั้งประชุมเมืองไทย call center หมายเลข 02-530-7111 โดยทั้ง 2 บริการ เปิดให้บริการแล้ว

ส่วนอีกกิจกรรมสำคัญก็คือ "Thailand MICE Education: พัฒนาการศึกษามิซ์ทั่วไทย" ซึ่ง สสปน. จับมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำในกรุงเทพฯ เปิดตลาดนัดแรงงานด้านมิซ์ครั้งแรกในประเทศ โดยมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมมิซ์ และเตรียมพร้อมกับการเปิดเสรีตามกรอบข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

นอกจากนี้ สสปน. ได้เริ่มต้นขบวนการโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพมหกรรมโลก เวิลด์เอ็กซ์โป 2020 อย่างเป็นทางการ หลังปิดฉันทามติจากเวทีโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2010 ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน โดยได้คัดเลือกบริษัทดำเนินโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงลึก และความคืบหน้าในการพิจารณาพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับโครงการ ซึ่งคาดว่าจะสามารถสรุปผลได้ภายในเดือนธันวาคมนี้

ในวาระโอกาสส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีเถาะ 2554 นี้ ในนาม สสปน. ผมขออวยพรให้ทุกท่านมีความสุข สุขเกษม และประสบความสำเร็จในทุกๆ สิ่งตลอดปีใหม่นี้

สุสันต์วันคริสต์มาส และ สวัสดีปีใหม่ครับ

นายอรรถพล สรสุชาติ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

DURING THE FIRST QUARTER of the 2011 fiscal year (October-December 2010), TCEB went into high gear, implementing an aggressive marketing plan under the "Believe in Thailand" campaign. "Believe in Thailand" is a confidence building campaign that aims to boost international confidence in Thailand in targeted markets around the world.

In late November, TCEB moved to further penetrate the EU market with the holding of a road show in London, UK, aimed at fostering better understanding and reaffirming Thailand's readiness as a MICE destination among organizations and media. This event enabled participants to gain a clearer view of the current situation in Thailand and reassured them that it was business as usual in Bangkok.

TCEB then led 27 Thai MICE operators to participate in EIBTM 2010 in Barcelona, Spain, an annual event that is regarded as one of the EU's biggest exhibition trade shows. The Bureau used this event as a platform to strengthen international confidence in Thailand and also to show the country's potential and readiness to host events. TCEB offered five "Believe in Thailand" packages. Three of these - support for team-building activities, golf & spa, and cultural performances - have been on offer since early this year and have now been extended to the end of 2011. The two new support packages added are the Corporate Social Responsibility (CSR) and Green Meetings packages.

For domestic MICE, TCEB implemented a recovery plan to aid the areas affected by the recent floods. In this emergency action plan, TCEB teamed up with the Tourism Authority of Thailand and the Thailand Incentive and Convention Association to organize a Familiarization Trip that took representatives from large companies in Bangkok to assess the damage in the Hat Yai area of Songkhla Province. The event also incorporated a table top session for sellers and buyers, as well as a volunteer activity to assist the community. TCEB is now assessing both the cost of the tangible damage and the marketing opportunity losses in order to propose an emergency budget to the government. The budget will be used to stimulate the domestic market to meet growth targets.

Parallel to this, TCEB has launched a new campaign: the "D-MICE Package" under the theme "Meetings in Thailand - joining hands to revive the economy". The campaign aims to create inspiration for and raise awareness among both public and private sectors on the importance of organizing events in Thailand.

In addition, TCEB has developed two extra service channels to aid those wishing to organize meetings in Thailand: a web portal offering access to information in Thai via www.ประชุมเมืองไทย.com and an English version at www.meetinginthailand.com. Similar information can also be accessed through a call center at 02-530-7111. Both services are now available.

Another important event was "Thailand MICE Education", which was recently held in Bangkok. TCEB joined with Bangkok's leading educational institutions to initiate the country's first ever MICE job fair. The event focused on developing human resources to cope with the growing MICE industry and prepare for the establishment of the ASEAN Economic Community in 2015.

TCEB officially kicked off the project to submit Thailand's bid to host the World Expo 2020 as soon as the curtain fell on the World Expo 2010 in Shanghai, China. TCEB has already selected a consultant to carry out the detailed feasibility study on the project and progress has been made on the task of finding the most suitable host city for this event. TCEB expects a conclusion to be reached and a location to be submitted by the end of this year.

With the holiday season now almost upon us, may I take this chance to wish you all happiness, prosperity and success throughout the year to come.

Have a joyous Christmas and a festive New Year 2011.

Akapol Sorasuchart

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau



Media Familiarization Trip

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. กำลังเดินทางนำทีมนักในการเสริมสร้างพลังโครงการ ‘Believe in Thailand’ 2011 หรือ ‘มั่นใจ เมืองไทยพร้อม’ 2554 ด้วยกิจกรรมต่างๆ ทางด้านการตลาด และ การสื่อสาร รวมถึงการสร้างสรรครายการส่งเสริมการขายใหม่ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง และคงขีดความสามารถในการแข่งขันในการเป็นหนึ่งจุดหมายปลายทางหลักสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. เปิดเผยว่า หลังจากประกาศแคมเปญ ‘Believe in Thailand’ เป็นประมาณ 2554 ให้เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับโลก อย่างเป็นทางการในงานเทรดโชว์ IT&CMA และ CTW สสปน. ได้เร่งเดินทางจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการเพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของนานาชาติ เพื่อดึงดูดนักเดินทางท่องเที่ยวไมซ์มายังประเทศไทยโดยใช้แนวคิด “เมืองไทย...สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ” โครงการนี้ ถือเป็นการตอกย้ำให้นานาชาติมั่นใจว่า ประเทศไทยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยจุดแข็งของประเทศไทยใน 3 ด้าน คือ การบริการและต้อนรับของไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลก โอกาสทางธุรกิจอย่างมาก และ ความหลากหลายของสถานที่จัดงานที่โดดเด่น

ตลอดปีงบประมาณ 2554 สสปน. จะดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย หรือ โรดแมป ซึ่งบูรณาการกิจกรรมด้านการตลาดและการสื่อสาร ด้วยความร่วมมือน้อย่างดีระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ โครงการ ‘Believe in Thailand’ ถือเป็นการยุทธศาสตร์สำคัญที่จะช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยเติบโตตามเป้าหมาย โดยคาดว่า ปีหน้าจะสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจาก 52,000 ล้านบาท ในปีนี้เป็น 57,600 ล้านบาท

เมื่อเร็ว ๆ นี้ สสปน. ได้จัดแฟมทริป โดยเชิญสื่อมวลชนในตลาดกลุ่มเป้าหมายทั้งเอเชียและยุโรป เพื่อให้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์จริงถึงการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาไมซ์ไทยในกรุงเทพมหานคร และ พัทยา

ในขณะเดียวกัน สสปน. ก็ได้จัดแฟมทริปโดยเชิญผู้นำองค์กรด้านการจัดงานแสดงสินค้าจำนวน 61 คน จาก 17 ประเทศทั่วโลก เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่ภูเก็ตเมื่อกลางเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา ซึ่งกิจกรรมนี้เปิดโอกาสให้มีการพบปะแลกเปลี่ยน



ความคิดเห็นทางธุรกิจด้วยบรรยากาศที่เป็นมิตรและผ่อนคลายด้วยหลากหลายสถานที่จัดงานที่ไม่เหมือนใคร

ล่าสุด สสปน. เดินทางนำบุคลากรยุโรปผ่านการจัดโรดโชว์ ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในวันที่ 26 พฤศจิกายน และตามด้วยการเข้าร่วมงาน EIBTM 2010 ณ กรุงบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน ถึง 2 ธันวาคม ก่อนหน้านี้ สสปน. ได้จัดโรดโชว์ที่กรุงลอนดอน เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองในกรุงเทพฯ ดังนั้น สสปน. จึงต้องเดินทางเชิงรุกมากขึ้นเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ และนักเดินทางกลุ่มไมซ์ นายอนุศักดิ์ อินทรภูวศักดิ์ ประธานคณะกรรมการ สสปน. กล่าวในงานเปิดตัวกิจกรรมการตลาดภายใต้โครงการ ‘Believe in Thailand’ ณ กรุงลอนดอน ว่า แม้ว่าอุตสาหกรรมไมซ์ไทยจะได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ในปีที่ผ่านมา แต่ก็ยังมีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามายังประเทศไทยเป็นจำนวน 620,000 คน นำรายได้เข้าประเทศมากกว่า 938 ล้านดอลลาร์ โดยปีนี้ สสปน. ตั้งเป้าหมายว่า จะมีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ และรายได้เท่ากับปีที่ผ่านมา

จากการมุ่งเน้นการดำเนินงานร่วมกันในรูปแบบ “Thai Team”, สสปน. เชื่อมั่นว่า ปีหน้าจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มายังประเทศไทยเป็นจำนวนถึง 720,000 คน และสร้างรายได้ราว 1,200 ล้านดอลลาร์

นายอนุศักดิ์ยังชี้่อีกว่า ยุโรปเป็นหนึ่งในตลาดระยะไกลหลักสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และไมซ์ของประเทศไทย ซึ่งปี 2552 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปเดินทางมายังประเทศไทยมากกว่า 4 ล้านคน โดยอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวยุโรปมีส่วนประมาณร้อยละ 15 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมายังประเทศไทย โดยเป็น

Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) continuing to strengthen the ‘Believe in Thailand’ campaign throughout the 2011 fiscal year with a series of marketing and communication activities and new creative marketing packages. The campaign is aimed at inspiring even more international confidence in the country and maintaining Thailand’s competitiveness as a leading MICE destination in Asia.

Akapol Sorasuchart, TCEB’s President, disclosed that, after introducing the ‘Believe in Thailand campaign 2011’ at IT&CMA and CTW 2010, TCEB has accelerated its marketing activities under the campaign. “Believe in Thailand” was designed to further build international confidence in the country and ultimately attract more MICE travelers to Thailand through the key message: “Thailand: providing inspiration for your business success”. It will reiterate to the world that Thailand remains a dynamic business event destination by highlighting the country’s unique three strengths: renowned hospitality, countless business opportunities and myriad of amazing destinations.

Throughout 2011, TCEB will implement a roadmap for Thailand’s MICE industry development that has been designed to integrate marketing and communications activities and is a roadmap created in collaboration with both the public and private sectors in the industry. The ‘Believe in Thailand’ campaign is expected to be a crucial part of the strategy for Thailand’s MICE industry’s growth from Bt52 billion this year to Bt57.6 billion in 2011.



The Bureau recently organized a familiarization trip, bringing media from target markets across Asia to Europe to the country in an effort to show the media the resumption of business after the domestic problems, as well as new local MICE developments both in Bangkok and Pattaya first-hand.

Meanwhile, TCEB arranged another Familiarization Trip - “Exhibition’s Believe in Thailand in Phuket” - which brought in 61 of the world’s exhibition industry leaders from 17 countries to Phuket between November 13 and 16, 2010. The trip enabled them to exchange ideas and conduct business dialogues in a friendly and relaxing atmosphere at the variety of unconventional meeting places.

In its latest move, TCEB geared up to penetrate the European MICE market through a road show in London on November 26, followed by participation in a leading annual tradeshow, the EIBTM 2010 (Exhibition for the Incentive Business Travel and Meetings) in Barcelona, Spain, between November 30 and December 2.

In May 2010, TCEB organized a road show in London. This was during Bangkok’s political turmoil. Thus, the Bureau took a more aggressive approach to retrieving the confidence of EU MICE operators and business travelers that might have been lost at that time.

Speaking at the launch of TCEB’s ‘Believe in Thailand’ marketing campaign in London, Anusak Intrapuvassak, Chairman of TCEB’s Board, said that despite the drastic impact of both internal and external factors, Thailand welcomed over 620,000 MICE travelers last year, generating a revenue of more than 938 million pounds.





นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ประมาณ 100,000 คน ต่อปี และประมาณร้อยละ 12 เป็นนักท่องเที่ยวไมซ์จากอังกฤษ

“แม้ว่านักท่องเที่ยวไมซ์จากยุโรปจะยังมีจำนวนน้อย แต่สร้างรายได้เป็นมูลค่ามากกว่า 149 ล้านปอนด์ในปีที่แล้ว ดังนั้นตลาดไมซ์ยุโรปจึงถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับประเทศไทย โดยปีนี้ คาดว่า จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปเกือบ 85,000 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมายังประเทศไทย และจะสร้างรายได้ให้กับประเทศสูงถึง 131 ล้านปอนด์” นายอนุศักดิ์กล่าว

ในขณะที่ นายอรรถพล กล่าวในงานกิจกรรมพบปะสื่อมวลชนว่า นอกเหนือจากการจัดกิจกรรมโรดโชว์ และการเข้าร่วมงานเทรดโชว์ที่สำคัญในภูมิภาค สเปน. ยังได้วางแผนการรุกตลาดไมซ์ในสหภาพยุโรปปี 2554 เพิ่มเติมใน 3 แนวทาง ได้แก่

- 1) การเร่งขยายการแต่งตั้งตัวแทนการค้าตลาดเพิ่มเติม ในอีก 2 ประเทศ ได้แก่ ประเทศอังกฤษ ซึ่งถือเป็นตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญในระดับโลก และมีศักยภาพในตลาดการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทยเป็นอย่างสูง และประเทศเยอรมนี ซึ่งถือเป็นเมืองศูนย์กลางเชื่อมต่อการเข้าถึงไปยังประเทศในสหภาพยุโรป
- 2) การจัดกิจกรรมเชิญกลุ่มองค์กรและหน่วยงานจากสหภาพยุโรป โดยเฉพาะเยี่ยมชมศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย หรือ Corporate Familiarization Trip โดยจะเน้นแสดงศักยภาพไทยในตลาดไมซ์ระดับสูง (Luxury MICE) และการเป็นประเทศที่มีความพร้อมในการรองรับการจัดทำกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และการจัดงานประชุมสีเขียว (Green Meetings)
- 3) การจัดกิจกรรมสัมมนาไมซ์ (MICE Seminar) ซึ่งจะเป็นการให้ข้อมูล และความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยแก่กลุ่มเป้าหมายในประเทศต่างๆ ในสหภาพยุโรป โดยได้เริ่มต้นเป็นครั้งแรกในสหพันธ์รัฐรัสเซีย และเตรียมขยายไปยังประเทศเป้าหมายต่างๆ ทั่วยุโรป

สำหรับปีหน้า ประเทศไทยคาดว่าจะได้เป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมทางธุรกิจจากยุโรปหลายงาน อาทิ World Sport Destination Expo 2011จากอังกฤษ และการประชุมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของบริษัทข้ามชาติจากหลากหลายอุตสาหกรรมที่มีฐานธุรกิจในยุโรป เช่น สินค้าแฟชั่น วิทยุ กระจกกันภัย ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล และเวชภัณฑ์ ทั้งนี้ สเปน. คาดการณ์ว่า ปีหน้าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์จากยุโรปเดินทางมายังประเทศไทยราว 84,940 คน นำรายได้เข้าประเทศประมาณ 6,400 ล้านบาท

“ถึงแม้ภูมิภาคเอเชียจะมีสัดส่วนตลาดที่ใหญ่สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย แต่เราก็มุ่งเน้นตลาดระยะใกล้ด้วย ซึ่งตลาดไมซ์อังกฤษถือว่ามีความสำคัญมากสำหรับประเทศไทย และนั่นคือเหตุผลว่า ทำไมเรามาจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดที่ลอนดอนเพื่อดึงดูดความสนใจและความเชื่อมั่นของนักธุรกิจ และกลุ่มนักวิชาชีพทั้งหลาย โดยโครงการ ‘Believe in Thailand’ มีหลักสำคัญคือ การสื่อสารโดยให้กลุ่มเป้าหมายนักเดินทางได้ ‘สัมผัสกับประสบการณ์จริง’ ของประเทศไทย”

สำหรับการจัดกิจกรรมสร้างความเชื่อมั่นในตลาดยุโรป ณ กรุงลอนดอน นี้ จะมุ่งเน้นสร้างความเข้าใจร่วมกับกลุ่มองค์กรผู้บริหารและสื่อมวลชนกลุ่มย่อย เพื่อกระตุ้นการตลาด และสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกไปยังกลุ่มหน่วยงานและองค์กรเป้าหมายให้

เข้าใจถึงสถานการณ์ในประเทศ หลังจากนั้น สเปน. ได้นำทัพผู้ประกอบการไมซ์ไทย 27 รายเข้าร่วมงาน EIBTM 2010 ณ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงาน 7,000 คน ที่ต้องการหาแนวทางการจัดงานธุรกิจใหม่ๆ โดย EIBTM ถือว่า เป็นงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดงานหนึ่งของสหภาพยุโรป ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ดังนั้น สเปน.จึงใช้โอกาสการเข้าร่วมงานครั้งนี้ เป็นเวทีสร้างความเชื่อมั่นและแสดงศักยภาพและความพร้อมของการจัดงานไมซ์ไทยในการจัดกิจกรรมทางธุรกิจ”

ในงานเทรดโชว์นี้ สเปน. ยังได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ การจัดงานต้อนรับผู้ซื้อจากในงานร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนเชิงธุรกิจ ณ ศาลาไทย เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมงานได้มีโอกาสเจรจาธุรกิจเพิ่มเติม

นอกจากนี้ สเปน. ได้นำเสนอแพคเกจ “Believe in Thailand Package” 5 แพคเกจ ได้แก่ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อการสร้างทีมงาน (Team-Building) การสนับสนุนกิจกรรมกอล์ฟ และสปา (Golf & Spa) การสนับสนุนกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Performance) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เราดำเนินการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องมา แล้วตั้งแต่ต้นปี และจะขยายการดำเนินงานต่อไปจนถึงเดือนธันวาคมสิ้นปีหน้า ทั้งนี้ สเปน. ได้สร้างสรรค์แพคเกจใหม่เพิ่มเติมอีก 2 แพคเกจ คือ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรหรือซีเอสอาร์ (Corporate Social Responsibility) และการสนับสนุนกิจกรรมการจัดงานประชุมสีเขียว (Green Meetings) ทั้งนี้ จะสนับสนุนงบประมาณแก่ผู้จัดงานที่ดำเนินกิจกรรมดังกล่าว กลุ่มละ 20,000 บาท โดยมีหลักเกณฑ์ว่าจะต้องเป็นกลุ่มที่มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน และทำกินในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน เพื่อนำเสนอทางเลือก และแสดงศักยภาพให้เห็นว่าประเทศไทยมีความ



พร้อม และเป็นจุดหมายที่สำคัญที่จะสามารถจัดกิจกรรมเหล่านี้ได้ ประกอบกับองค์กรรัฐมีนโยบายสนับสนุนอย่างเต็มที่ ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยเหลือเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ หากแต่ยังจะช่วยเหลือยกระดับภาพลักษณ์ของไทยในเวทีโลกถึงความสร้างสรรค์ รวมถึงความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมไมซ์” นายอรรถพล กล่าวเสริม

ประเทศไทยมีจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ในทุกภูมิภาคของประเทศ โดยขณะนี้ สเปน. ได้เสนอให้สิทธิพิเศษภายใต้แคมเปญ ‘Thailand Maximise’ สำหรับผู้เข้าร่วมงาน และวางแผนจะเพิ่มศักยภาพของพื้นที่ที่มีศักยภาพแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมาก่อน เพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับธุรกิจไมซ์ เช่น เชียงใหม่ สงขลา พัทลุง และภูเก็ต

ตามแผนพัฒนาเชิงกลยุทธ์ สเปน. ได้จัดสรรกลุ่มพื้นที่ธุรกิจตามความต้องการของผู้เดินทางกลุ่มธุรกิจ” ออกเป็น 5 คลัสเตอร์ ประกอบด้วย 1) กรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล และพัทยา ที่มีความผสมผสานของความเป็นเมืองและชายหาดที่สวยงาม 2) เชียงใหม่ และเชียงใหม่ ซึ่งเป็นดินแดนแห่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ล้านนา 3) นครราชสีมา และขอนแก่น ซึ่งเป็นดินแดนแห่งอารยธรรมเก่าแก่ และกิจกรรมผจญภัย 4) หัวหิน และชะอำ ซึ่งมีชายหาดอันเงียบสงบสวยงามทะเลฝั่งอ่าวไทย และ 5) ภูเก็ตและกระบี่ อันเป็นดินแดนแห่งมนต์ขลังของทะเลอันดามัน และกิจกรรมทางทะเลหลากหลาย พัทยา ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก สเปน. ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ โดยพัทยามีความได้เปรียบกว่าจังหวัดอื่นๆ เพราะมีแหล่งท่องเที่ยว

This year, TCEB aims to maintain the same number of MICE visitors and revenue as 2009. Emphasizing on the concerted efforts of the “Anusak pointed out that Europe is a major long-haul market for Thailand's tourism and MICE industries. In 2009, there were over 4 million European tourist visitors to Thailand, with UK, Germany, and France being the biggest contributors. At present, EU represents approximately 15 per cent of Thailand's total MICE market, with around 100,000 MICE travelers arriving a year. Roughly 12 per cent of these visitors are from the UK.

“Though MICE travelers still represent a minority of total tourist arrivals, they nevertheless make a major economic contribution, generating revenues of over 149 million pounds last year. Thus, the European MICE market is considered a high-potential market for Thailand. This year, almost 85,000 European MICE travelers are expected to visit Thailand, representing 13.7 per cent of all overseas MICE travelers, and generating revenues of up to 131 million pounds,” said Anusak.

At the media lunch briefing in London, Akapol said that, apart from the road show in London and participation in EIBTM 2010, TCEB planned



London media luncheon

Believe in Thailand Marketing support package To boost meetings, conventions and incentive tourism



1. Support Team-Building activities
2. Golf & Spa
3. Cultural Performances
4. Corporate Social Responsibility
5. Green Meetings

Conditions:

- Groups of over 50 pax, staying for at least 3 nights in Thailand

Support offered by TCEB:

-20,000 Baht per group

Duration of campaign

- January – December 2011

THAILAND:

Providing *inspiration* for your business success

Thailand is and ideal venue for international business events. With 3 distinctive qualities and destinations with backdrops of unmatched beauty for business meetings, Thailand can drive your business success.

OUR RENOWN HOSPITALITY	COUNTLESS BUSINESS OPPORTUNITIES	MYRIAD OF AMAZING DESTINATION
<p>Thailand is a land of Renowned Hospitality. Dedication and insight, professionalism and the legendary Thai smile have all contributed to making us the MICE hub of Asia.</p>	<p>Countless business opportunities are open to you through Thailand's close economic cooperation with other ASEAN members. The ASEAN Economic Community, with its combined population of more than 580 million, will soon become the world's biggest market.</p>	<p>Thailand offers you a myriad of amazing destinations to choose from. With 7 top quality international convention and exhibition centres, world-class accommodations, varieties of activities and facilities, as well as unrivaled natural attractions, we are a MICE destination that has all the key attributes needed to ensure a successful business event.</p>



EIBTM 2010

สวยงามโดยรอบ ลีเก้ทั้งอยู่ใกล้สนามบิณสุวรรณภูมิ และสนามบิณอุตะนา ซึ่งใช้เวลาเดินทางไม่ถึง 1 ชั่วโมง จากกรุงเทพฯ 30 นาที จากสนามบิณสุวรรณภูมิ และเพียงแค่ 10 นาที จากสนามบิณอุตะนา

ความเป็นตลาดท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยสีสันชีวิตชีวา ประกอบกับการพัฒนากิจกรรมทางธุรกิจ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ทำให้พัทยาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

พัทยาได้รับเลือกเป็นเมืองแรกในการริเริ่มแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากประสบความสำเร็จในการจัดกิจกรรมทางธุรกิจ และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและเทศกาลต่างๆ มาแล้ว

“ประเทศไทยเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคตลอดทศวรรษที่ผ่านมา โดยเป็นเจ้าภาพจัดงานสำคัญ มากกว่าประเทศคู่แข่ง และอย่างไม่ต้องสงสัยว่าเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองเมื่อไม่นานมานี้ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ให้ตกต่ำเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้รัฐบาลให้การสนับสนุนแผนหลักในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติม และเห็นผลได้อย่างชัดเจน ซึ่ง สสพ. เชื่อมั่นว่า แคมเปญ ‘Believe in Thailand’ จะช่วยฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และภาพลักษณ์ของไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ดีเลิศระดับโลกสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ และสิ่งสำคัญที่สุดคือ เพิ่มนักเดินทางกลุ่มไมซ์ให้มีจำนวนเท่ากับช่วงก่อนวิกฤติ” นายอรรถพล กล่าว

ถ้ามองในระยะยาว นายอรรถพลกล่าวว่าเมื่อเร็ว ๆ นี้รัฐบาลได้เห็นรอบให้เดินทางศึกษาแผนความเป็นไปได้เชิงลึกในโครงการที่ประเทศไทยจะเสนอตัวเข้าชิงเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมวิสต์เอ็กซ์โป 2020 ซึ่งการตัดสินใจของรัฐบาลเป็นการยืนยันถึงความเชื่อมั่นของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางที่ดีเลิศสำหรับการเป็นเจ้าภาพจัดงาน

นานาชาติ เพราะมีโครงสร้างพื้นที่ที่ทันสมัย มีประสบการณ์ที่ดีในการจัดงานระดับนานาชาติ รวมไปถึงการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน

การเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมวิสต์เอ็กซ์โป 2020 จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศอย่างมากมาย ไม่เพียงแต่ส่งผลต่อการจ้างงาน และเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง แต่จุดประกายในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมด้วย

ปัจจุบัน ตลาดการสัมมนานานาชาติ มีสัดส่วนสูงที่สุดคือร้อยละ 36.9 ของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งประเทศ ด้วยมูลค่า 19,200 ล้านบาท โดยปี 2554 คาดว่า อุตสาหกรรมการจัดสัมมนานานาชาติจะมีสัดส่วนร้อยละ 28 และมูลค่า 21,200 ล้านบาท

จากรายงานสถิติการจัดอันดับตลาดการประชุมระดับนานาชาติ ปี 2552 โดย International Congress & Convention Association (ICCA) ปรากฏว่าประเทศไทยอยู่อันดับที่ 29 โดยมีการจัดงานทั้งหมด 103 งาน และอันดับ 6 ในเอเชีย/ตะวันออกกลาง รองจาก ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และ สิงคโปร์

ส่วนกรุงเทพฯ รั้งอันดับ 4 ใน เอเชีย/ตะวันออกกลาง รองจากสิงคโปร์ ปักกิ่ง และ กรุงโซล โดยมีการจัดงาน 76 งาน

ในขณะที่อุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของประเทศไทยครองอันดับหนึ่งในภูมิภาคอาเซียน และอันดับ 7 ในเอเชีย จากจำนวนงาน ตามรายงานการจัดอันดับของ The Trade Fair Industry of Asia 6th Edition, 2010” ในรายงานดังกล่าว ยังระบุว่า ปี 2551 ประเทศไทยมีรายได้จากการจัดงานแสดงสินค้าถึง 149 ล้านเหรียญสหรัฐ จากการจัดงานทั้งสิ้น 75 งาน ทั้งนี้ การจัดอันดับครอบคลุมประเทศจีน อาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย ปากีสถาน และ ออสเตรเลีย



to carry out a new EU marketing plan in 2011 with a 3-pronged approach to enhance penetration of EU MICE market:

-Prioritizing the appointment of additional marketing representatives in two new countries: UK, an important global player with high potential for both leisure and business travel; and Germany, which serves as a hub connecting European countries.

-Organizing activities targeted at EU organizations, including Corporate Familiarization Trips to highlight the potential of Thailand's Luxury MICE niche, and as a country that is ready to support CSR and Green Meetings.

-Organizing MICE seminars to raise awareness and knowledge of Thailand's MICE industry in countries in the EU, as well as in the Russian Federation, for the first time.

Next year, Thailand expects to host a number of major European business events, including the World Sport Destination Expo 2011 from UK, incentive trips from multinational companies based in Europe from various companies and industries, such as luxury goods, cars, insurance, personal care products and pharmaceutical companies to name a few. TCEB estimates that EU MICE visitors to Thailand in 2011 would be around 84,940 travelers with revenue of about Bt6,400 million.

“Whilst the Asian region contributes a large proportion of Thailand's MICE business, we are also focusing on long-haul destination markets. The UK MICE market carries special significance for us, which is why we are launching this campaign in London to reignite interest and confidence in Thailand amongst



Britain's business and professional communities. 'Believe in Thailand' is essentially about communication and about first-hand experience,” said Akapol.

For the London road show, the Bureau arranged dialogue meetings with organizations and media to boost EU market confidence. The Bureau emphasized the desire to foster understanding with the corporate leaders and media in order to stimulate the MICE market and enhance prospects in the target organizations.

After this road show, TCEB led 27 Thai MICE operators to participate in EIBTM 2010 in Barcelona, Spain. EIBTM 2010 was expected to attract 7,000 trade visitors interested in sourcing new events business.

EIBTM is regarded as one of the biggest annual exhibition trade fairs for the European MICE industry. Therefore, TCEB took this opportunity to boost the confidence in Thailand and show the potential of Thailand to host the business events. In the trade show, TCEB organized a special welcome event for business partners at the Sala Thai, enabling Thai MICE operators to meet and conduct business dialogues with buyers and visitors.

Moreover, the Bureau offered five Believe in Thailand packages: support for team-building activities; golf & spa, and cultural performance; three packages which TCEB has offered since early this year and has now extended until the end of 2011. Two support packages - Corporate Social Responsibility (CSR), and Green Meetings - have now been added to these.

These packages offer support of up to Bt 20,000 (about €500) for groups of over 50 participants, staying a minimum of 3 nights in Thailand. The new packages are designed to offer alternatives and highlight Thailand's readiness as an ideal destination for MICE events. State agencies also fully support these efforts, not only just to boost a number of MICE visitors, but also to enhance Thailand's image as we

THAILAND'S RECOGNITION

Meetings & Incentive: Best Destination

- According to 2010 Travel+Leisure's World's Best Awards, Travel+Leisure readers selected Bangkok and Chiang Mai as the first and second best cities in the world, respectively – as well as second and third best cities in Asia Phuket and Koh Samui were awarded the third and fifth best islands in Asia
- Thailand received the 2010 Go Asia Award in the Best Asian Destination category for six consecutive years from 2005.
- Thailand has been voted Golf Destination of the Year for Asia & Australia for 2010 by IAGTO.
- CNN International's 2009 Online Consumer Survey on Travel and Tourism reveals that Thailand offers the best value for money.
- Thailand has been voted the “World's Best Tourist Country” in the 2010Norwegian Grand Travel Award making this the seventh consecutive year from 2004.

Conventions

According to the “Statistics Report: International Association Meetings Market – Country and city ranking 2009” by International Congress & Convention Association (ICCA), Thailand is ranked no 29, with 103 international events, and no 6 in Asia/ Middle East, following Japan, China, Korea, Australia and Singapore. Bangkok was ranked No 4 in Asia/ Middle East, following Singapore, Beijing and Seoul in terms of number of events, with a total of 76 events.

Exhibitions

According to “The Trade Fair Industry of Asia 6th Edition, 2010” reported by the Union des Foires International (UFI), it is shown that in 2009, the revenues from trade fairs in Thailand reaches around USD 149 million which is the highest in ASEAN and ranked 7th in Asia. The report covers the Greater China and South-East Asian markets, Japan, Korea, India, Pakistan and Australia.

Thailand's exhibition industry in 2009 was ranked the first in ASEAN in terms of; number of exhibitions identified - reached 75 trade shows, estimated annual size of 466,500 sq. m., average size per fair of 6,220 sq. m. and the estimated annualized revenues at USD149,389,750.

EUROPEAN MARKET TARGET

Overall of EU MICE market 2010

- A number of EU MICE visitors/84,940
- Revenues from EU MICE market/154 million Euro

Overall of UK MICE market 2010

- A number of UK MICE visitors/9,300
- Revenues from UK MICE market/16.8 million Euro



Exhibition's Believe in Thailand in Phuket

strive to create awareness and action regarding environmental sustainability within the MICE industry," added Akapol.

Thailand is home to unparalleled MICE destinations across the country, with TCEB currently providing incentives under 'Thailand Maximise' for MICE delegates and with plans to raise the profile of previously unknown spots that hold the potential to become new MICE destinations, including Chiang Mai, Songkhla, Pattaya and Phuket.

Through the strategic development plan, TCEB defined five clusters of MICE destinations in Thailand: Greater Bangkok & Pattaya as a duo incentive destination-city and beach; Chiang Mai & Chiang Rai as a culture and heritage incentive destination with Lanna historical sites; Nakhon Ratchasima & Khon Kaen for ancient culture, adventure incentives; Hua Hin & Cha-Am for an exclusive beach incentive; and Phuket, Krabi & Phang-Nga as fascinating beach and sport adventure incentive destinations.

Bangkok and Pattaya also continue to be offered as a double-incentive thanks to the fact that they are both vital and vibrant cities in Thailand which together offer the best of city and beach characteristics. These benefits continue to increase as new developments in Bangkok and Pattaya reach completion, including enhanced hotel facilities, leisure activities, and dining and entertainment choices. Moreover, Bangkok has recently opened the Airport Link, which now offers delegates a faster and more convenient connection between the Suvarnabhumi airport and the inner city, making it more convenient to get into the capital than ever.

Pattaya is located in Chon Buri province and has received support from TCEB in promoting its MICE industry. The city has distinct advantages over those in competing provinces as it offers beautiful surroundings and is close to Suvarnabhumi and U-Tapao airports. It is also less than an hour by car from Bangkok, 30 minutes from Suvarnabhumi and 10 minutes from U-Tapao. The city's vibrant tourism market, as well as well-developed business events and hotel infrastructure, have made Pattaya an important player in driving Thailand's MICE industry forward. Pattaya was selected to be the first city to implement a MICE industry initiative due to its successful track record in staging business events and tourism related festivals in the past.

"Thailand has been a regional MICE leader for the past decade, hosting more flagship events than our competitors. Undoubtedly, the recent protests were a setback for the MICE industry, which is why the Thai Government committed to a major recovery

programme with an increased budget allocation. The results are clear to see, and we are therefore confident that the "Believe in Thailand" campaign will help Thailand's MICE sector, restore the country's image as an ideal global MICE destination, and most importantly, rebuild MICE visitor numbers to pre-crisis levels," said Akapol.

In the long term, a recent Cabinet's resolution assigned TCEB to go ahead with a feasibility study into the possibility of Thailand's bidding to host the World Expo 2020. This decision serves to reaffirmed the fact that Thailand is a superb destination for hosting international events because of its modern infrastructure, strong track record in organizing international events, as well as strategic geographic location at the heart of the ASEAN. Hosting the World Expo 2020 in Thailand would make major contributions not only to employment and the broader economy, but also to creativity and innovation.

At present, the conventions market accounts for 36.9 per cent of the country's MICE industry with a value at Bt19.2 per cent. In 2011, the conventions industry is expected to by 28 per cent to Bt21.2 billion.

According to the statistics report on international association meetings market – country and city ranking 2009 by International Congress & Convention Association (ICCA), Thailand is ranked 29th with 103 international events, and 6th in Asia/ Middle East, after Japan, China, Korea, Australia and Singapore. Bangkok was ranked 4th in Asia/Middle East, after Singapore, Beijing and Seoul in terms of number of events with a total of 76 events.

Meanwhile, Thailand's exhibitions industry ranked the highest in ASEAN and 7th in Asia in terms of number of exhibitions identified, according to "The Trade Fair Industry of Asia 6th Edition, 2010" reported by the Union des Foires International (UFI). In 2009, the revenue from trade fairs in Thailand reached around US\$149 million with 75 trade shows. The report covers the Greater China and South-East Asian markets, including Japan, Korea, India, Pakistan and Australia.

Next year, the TCEB will continue its aggressive moves to promote Believe in Thailand campaign in major markets starting with the Believe in Thailand MICE Road Show-Japan in February 2011. In addition, TCEB would organize marketing activities in other potential markets including China, Hong Kong, Singapore and Australia.

Moreover, the TCEB plans to launch more campaigns, targeting quality participants and encouraging private firms to join the events wherever possible.



สสพ. ขยายโครงการ “Thailand MICE Education: พัฒนาการศึกษามิซ์ทั่วไทย” จับมือสถาบัน การศึกษ้นำในกรุงเทพฯ เปิดตลาดนัด แรงงานด้านมิซ์ครั้งแรกในประเทศ

สสพ. จัดงาน “Thailand MICE Education: พัฒนาการศึกษามิซ์ทั่วไทย” อย่างยิ่งใหญ่ใน กรุงเทพฯ เมื่อเร็วๆ นี้ โดยริเริ่มโครงการตลาดนัดแรงงานด้านมิซ์ครั้งแรกของวงการมิซ์ไทย ทวิงยกระดับคุณภาพบุคลากรในวงการมิซ์ของไทย รองรับบริการเปิดเสรีการค้าอาเซียนในอีก 5 ปี ข้างหน้า พร้อมเพิ่มโอกาสในการทำงานมิซ์

รองนายกรัฐมนตรี พลตรี สนั่น ขจรประศาสน์ กล่าวในการเปิดงานครั้งนี้ ว่า รัฐบาลมุ่งส่งเสริม และยกระดับคุณภาพการศึกษาของคนไทยอย่างมี บูรณาการ ตลอดจนสนับสนุนการผลิต และพัฒนากำลังคน ให้สอดคล้องกับ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาคการผลิตและบริการ เพื่อสนับสนุนความสามารถในการ แข่งขันของประเทศในสาขาต่างๆ ด้วยความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ สถาบัน การศึกษา และสถาบันเฉพาะทาง โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมตามกรอบความ ร่วมมือเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economy Community) ในปี พ.ศ. ๒๕๕๔ ซึ่งมี

เป้าประสงค์ที่จะให้เกิดตลาดที่มีฐานการผลิตร่วมกัน ทำให้มีการเคลื่อนย้ายเสรีทาง ด้านสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมือ

การริเริ่ม “โครงการ MICE Education: พัฒนาการศึกษามิซ์ทั่วไทย” จึงนับเป็นจุด เริ่มต้นของความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านมิซ์ รวมถึงการ ร่วมกันพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมมิซ์ ให้พร้อมรับการแข่งขันของประเทศไทย ในระดับนานาชาติ และพัฒนากลุ่มเป้าหมายของโครงการ ได้แก่ กลุ่มนิสิต นักศึกษา คณาจารย์ ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำประโยชน์จากความรู้ด้านมิซ์ ไป



ต่อ ยอดสร้างงาน สร้างอาชีพ ขยายสู่การพัฒนาในด้านสังคม และเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ แต่ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการของคนไทย ซึ่งเป็นเสน่ห์ของคนไทย และเป็นจุดขายของประเทศไทย จึงจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืนทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ และเอื้อต่อการพัฒนา ประเทศโดยรวมในระยะยาว

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. กล่าวว่า ในการจัดงานครั้งนี้ สสปน. ได้ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำในเขตกรุงเทพฯ เชียง นิสิต นักศึกษา จากสถาบันการศึกษา กว่า 1,500 คน เข้าร่วมงาน พร้อมกันนี้ยังได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า โรงแรม บริษัทรับจัดงาน บริษัทนำเที่ยวและรับจัดกิจกรรมเพื่องานไมซ์ มาเปิดตลาดนัดแรงงานด้านไมซ์ เป็นครั้งแรกของวงการไมซ์ไทย พร้อมบูรณิทธการของบริษัทที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคล ที่มาร่วมแนะนำวิธีการเตรียมพร้อมสำหรับการสมัครงาน ทั้งการเขียน resume การเตรียมพร้อมด้านบุคลิกภาพ และอื่นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำงานไมซ์ นอกจากนี้ นักศึกษายังมีโอกาสได้รับรู้ประสบการณ์ทำงานจากกูรูในภาคอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรงอีกด้วย

“โครงการดังกล่าว นับเป็นพันธกิจที่ทำอย่างต่อเนื่องของ สสปน. ที่จะพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระยะยาว เนื่องจากปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยยังขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งสวนทางกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยร้อยละ 20-25 ต่อปี โดยปีที่ผ่านมา มีผู้เดินทางกลุ่มไมซ์มายังประเทศไทยประมาณ 620,000 คน สร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 45,000 ล้านบาท และคาดว่าในปีหน้า อุตสาหกรรมไมซ์จะเติบโตร้อยละ 15-20 มีจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามาประเทศไทยประมาณ 720,000 คน สร้างรายได้เข้าประเทศมูลค่าประมาณ 57,600 ล้านบาท ดังนั้น การพัฒนาการศึกษาไมซ์จึงถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของ สสปน. ในการขยายและพัฒนากำลังคนเพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างธุรกิจดังกล่าว โดยเฉพาะการเตรียม ความพร้อมตามกรอบความร่วมมือเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economy Community) ในปี พ.ศ. 2558”

สำหรับแผนการดำเนินงานในอนาคต สสปน. จะร่วมกับสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่างๆ ได้แก่

- การร่วมพัฒนาหลักสูตรและองค์ความรู้ด้านไมซ์ ด้วยการจัดทำมาตรฐานหลักสูตรไมซ์ หรือ MICE standard guideline เพื่อเป็นแนวทางให้แก่สถาบันการศึกษาในการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร และเนื้อหาด้านวิชาการ ตลอดจนมาตรฐานของบุคลากรที่ภาคธุรกิจต้องการ เพื่อให้รองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างตรงตามเป้าหมาย
- การจัดทำประมวลรายชื่อของผู้ประกอบการด้านไมซ์ หรือ “คลังสมอง” เพื่อเป็นฐานข้อมูลด้านความรู้ให้แก่สถาบันการศึกษาในการนำมาใช้ประโยชน์ทั้งการสนับสนุนด้านวิทยากร และโอกาสการแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกันระหว่างภาคการศึกษาและภาคเอกชน
- การขยายโครงการ Train the Trainer ด้วยการจัดกิจกรรมอบรม สัมมนา แก่คณาจารย์เพิ่มจำนวนสถาบันการศึกษาที่จะทำกรอบรมให้มากขึ้น รวมทั้งขยายโอกาสด้วยการให้เข้าร่วมการจัดงานไมซ์เพื่อนำประสบการณ์ไปถ่ายทอดแก่ นิสิต นักศึกษา
- การต่อยอดและขยายองค์ความรู้แก่กลุ่มนิสิต นักศึกษา ด้วยการจัดอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านไมซ์ในกลุ่มนักศึกษาวิชาชีพเพื่อให้สามารถนำความรู้ไปประกอบวิชาชีพได้จริง

TCEB EXPANDS THAILAND MICE EDUCATION CAMPAIGN

COLLABORATING WITH BANGKOK'S LEADING EDUCATIONAL INSTITUTES TO LAUNCH THE EVER FIRST MICE JOB FAIR IN THE COUNTRY

TCEB recently organized a grand “Thailand MICE Education” event in Bangkok by initiating the first MICE Job Fair for the first time in Thailand’s MICE industry. The fair’s aim was to improve human resource standards in the MICE industry in preparation for the establishment of the ASEAN Economic Community (AEC) in the next five years. In addition, it also created more opportunities for careers in the MICE industry.

Deputy Prime Minister Major General Sanan Kajornprasart said in his opening address that the government would continue to push to promote and enhance the education of the Thai people through integrated policies. In addition, the government supported the production and development of the workforce in line with structural changes in service sectors in a bid to strengthen the country's competitiveness in various sectors through the collaboration between operators, education institutions and other organizations. Particularly, the readiness of the population for the AEC in 2015, which will create a single market and production base, affecting the free flows of goods, services investment and skilled labour, was of a high priority.

Deputy Prime Minister Major General Sanan went on to say that the Thailand MICE Education scheme was therefore the start of substantial collaboration which would enable Thailand to be ready for competition in the international level. Moreover, the project developed, the target groups including students and lecturers, giving them deeper knowledge and understanding, and then enabling them to take this further to create jobs, professions and, eventually, expand into creative social and economic development. However, it was stressed that everyone must give importance to the service mind of the Thai people, which is both a charm and a selling point of Thailand. Together, these things would increase the potential for sustainable MICE industry development both domestically and internationally, as well as benefit the country's long-term development.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President, said that TCEB teamed up with Bangkok's leading education institutions to invite over 1,500 students to this event. The Bureau received great cooperation from MICE operators, including convention and exhibition centers, hotels, organizers, and travel & business events operators, to open the first MICE Job Fair in Thailand's MICE industry. Moreover, the human resource consultants helped to offer advice to the students on how to prepare for job applications, write a resume, improve personality and other similar skills to help increase job opportunities. Meanwhile, the students had a great chance to learn directly from the gurus in the MICE industry.

“This project is one of TCEB's most challenging missions: to develop the potential and competitiveness of Thailand's MICE industry in the long run. At present, the MICE industry faces a lack of professionals, which is the opposite of the industry's growth, which averages at around 20-25 per cent a year. Last year, the number of MICE visitors to Thailand was about 620,000, generating more than Bt45 billion in revenue. Next year, the industry is expected to grow by 15-20 per cent - to 720,000 visitors - and generate around Bt57.6 billion in revenue. MICE educational development is therefore definitely a major strategy for TCEN. We need to expand and develop human resources to be in line with the business structure, particularly in preparation for the AEC in 2015,” said Akapol.

In the future, TCEB will collaborate with education institutions to promote and develop the MICE industry in various aspects, including:

- Jointly developing a curriculum and required MICE knowledge by setting a MICE standard guideline for the institutions to design and develop curricula, technical content and standards of human resources that meet the business sector requirements. The plan is aimed at catering to the industry's growth and market demand.
- Expanding the Train the Trainer project through training and seminar for lecturers, increasing the number of institutions for training and widening opportunities for lecturers to participate in business events. They would then be able to transfer this knowledge to their students.
- Extending the access to knowledge for the students through workshops, particularly focusing on vocational students to enable them to apply for careers.

“With collaboration from all parties, the government's support, private sector as well as a young generation that is stepping into the MICE business, it will be crucial for human resource development to have the capability and readiness in order to increase our competitiveness at the international level. It is also a vital mechanism in driving the country's quality MICE industry, filling it with creative ideas, in order to match the dynamism of the international MICE industry,” said Akapol.



สสพ. ผนึกกำลัง ททท. และ ทิก้า พีนไมซ์หาดใหญ่ จัดแฟมทริปเร่งช่วยเหลือตลาดประชุม สัมมนาในประเทศ

สสพ. ร่วมกับ เทศบาลนครหาดใหญ่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมการประชุมนาซาติ (ไทย) พลิกฟื้นตลาดประชุม และสัมมนา ในเทศบาลนครหาดใหญ่ หลังประสบอุทกภัยครั้งใหญ่ นำทัพผู้แทนบริษัทขนาดใหญ่จากกรุงเทพฯ ร่วมกิจกรรมแฟมทริปสำรวจความเสียหายในพื้นที่ พร้อมเปิดตัวเครือข่ายซื้อขายและฟื้นฟูภาคประเภชด้วยกิจกรรมจิตอาสา หวังหาดใหญ่กลับสู่เมืองแห่งการประชุม สัมมนาและการท่องเที่ยวหลักในประเทศไทย

นายไพโรจน์ พัฒโน นายเทศมนตรีนครหาดใหญ่ กล่าวว่า อุทกภัยที่ผ่านมา ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ อาคาร ร้านค้า บ้านเรือน สถานประกอบการต่างๆ ในเมืองหาดใหญ่ได้รับความเสียหายร้อยละ 90 ของพื้นที่ โดยประเมินความเสียหายไม่ต่ำกว่าหนึ่งหมื่นล้านบาท ซึ่งขณะนี้ ทางเทศบาลได้เริ่มฟื้นฟูภาคธุรกิจ เพื่อให้สถานการณ์โดยรวมของหาดใหญ่กลับสู่การเป็นเมืองแห่งเศรษฐกิจ ท่องเที่ยว ไมซ์และบริการอีกครั้ง

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า สสพ. ได้จัดทำแผนฟื้นฟูตลาดการประชุม สัมมนา ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมเพื่อให้กลับสู่ภาวะปกติโดยเร็วที่สุด โดยแผนระยะสั้นที่สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว คือ การร่วมมือกับ ททท. และ ทิก้า จัดกิจกรรมแฟมทริป นำกลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ร่วมเดินทางสำรวจความเสียหายในพื้นที่เมืองหาดใหญ่ ทั้ง โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนสถานที่จัดประชุมสัมมนา เพื่อประเมินความเสียหาย พร้อมเปิดตัวเครือข่ายช่วยเหลือกระตุ้นภาคธุรกิจไมซ์ รวมถึงภาคประชาชนด้วยกิจกรรมจิตอาสาช่วยเหลือชุมชนหาดใหญ่

ในการจัดทริปครั้งนี้ สสพ. ได้รับความร่วมมือจากตัวแทนบริษัทขนาดใหญ่และสมาคมจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ รวมกว่า 35 ราย ในฐานะผู้ซื้อที่จะเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวหาดใหญ่ ด้วยการนำเสนอโปรโมชันส่งเสริมการตลาด D-MICE Package เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการจัดประชุมในหาดใหญ่มากขึ้น

“ขณะนี้ สสพ. กำลังประเมินมูลค่าความเสียหายและความสูญเสียโอกาสทางการตลาดเพื่อเสนอขอเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล มากกระตุ้นให้อุตสาหกรรมไมซ์เติบโตตามเป้า และยังมีกรอบปรับแผนการทำงานให้เหมาะสม ส่วนแผนฟื้นฟูไมซ์ซิตี้หาดใหญ่ในระยะยาว จะมีการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศเข้ามาช่วยโดยเป้าหมาย คือ ดึงคโปร์ มาเลเซีย และจีน เพราะมีเที่ยวบินตรงมายังหาดใหญ่ รวมทั้งการผลักดันให้เกิดการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ ในส่วนของกาพัฒนาภาคใต้สู่การเป็นเมืองแห่งไมซ์นั้นจะจัดให้มีการลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับจังหวัดภูเก็ตภายในไตรมาสแรกของปีหน้า เพื่อผลักดันให้ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางไมซ์ของตลาดไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ”

ด้าน นายปรเมศวร์ อมาตยกุล ผู้อำนวยการภูมิภาค ภาคใต้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ททท. ได้ดำเนินการปรับแผนตลาดท่องเที่ยวของภาคใต้ ในปีงบประมาณ 2554 ให้ดำเนินการเร็วขึ้นกว่าที่กำหนด รวมทั้ง ปรับเวลาการจัดงานโครงการงานกันเที่ยวใต้ให้เร็วขึ้น โดยเป็นโครงการเทรคแฟร์ และ งานส่งเสริมการ

ขายข้ามภูมิภาค ซึ่งกำหนดจัดงานที่ภาคเหนือ ในวันที่ 13-15 มกราคม 2554 จังหวัดเชียงใหม่ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณเดือนกรกฎาคม 2554 โดยนำผู้ประกอบการท่องเที่ยวจากภาคใต้เดินทางข้ามภูมิภาค พบปะผู้ประกอบการภาคเหนือ และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เจรจากรัก และจัดแพ็คเกจขายแก่นักท่องเที่ยวทั่วไปในงานส่งเสริมการขาย และ ททท. จะพิจารณาจัดสรรพื้นที่พิเศษให้กับผู้ประกอบการภาคใต้ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตน้ำท่วม ซึ่งน่าจะช่วยเหลือผู้ประกอบการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวในจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมอย่างเห็นผลโดยเร็ว

นายสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา กล่าวว่า ทิก้า ในฐานะสมาคมฯ ที่มีสมาชิกเป็นผู้ประกอบการจากภาคเอกชน ได้ร่วมจัดกิจกรรมแฟมทริปครั้งนี้เป็นการเร่งด่วน โดยเชิญลูกค้าจากกลุ่มบริษัทที่มีการจัดประชุมใหญ่ๆ หรือกลุ่มที่มีศักยภาพในการดึงดูดชาวต่างชาติมาจัดประชุม ให้มาช่วยในพื้นที่นี้ก่อน ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่มาร่วมเดินทางมาในครั้งนี้ จะได้มีโอกาสเห็นถึงความเสียหายของพื้นที่ พร้อมทั้งศักยภาพของหาดใหญ่ ในภาพรวมที่จะรองรับการประชุม โดยอาจพิจารณานำกลุ่มประชุม สัมมนา หรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของบริษัทมาจัดที่นี่ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการในอนาคตอันใกล้ นอกจากนี้ ยังได้ช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อขอความช่วยเหลือไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกของทิก้า ในรูปแบบจดหมายข่าว และข้อมูลทางเว็บไซต์เพื่อแจ้งสถานการณ์ต่างๆ รวมทั้งสมาคมฯ ยังได้จัดทำข้อเสนอจากสมาชิกในรูปแบบของโครงการส่งเสริมการขายเป็นระยะๆ สอดคล้องกับสถานการณ์อาทิ การร่วมกับสมาชิก 110 องค์กรจัดทำ “Thailand Offers for Business Events 2010-2011” โดยใช้ tagline ว่า “Irresistible Values You Cannot Refuse” โดยการสนับสนุนของสสพ. ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจุดประสงค์หลักเป็นการจุดประกายต่อกล้า ความเชื่อมั่นในประเทศไทยสำหรับการประชุม นิทรรศการ และ การจัดกิจกรรมต่างๆ และกระตุ้นให้มีการตัดสินใจเลือกจัดงานในประเทศไทยให้เร็วยิ่งขึ้น เช่น ในช่วงอุทกภัยสมาคมก็ได้เสนอข่าวเพื่อรายงานความคืบหน้าของสถานการณ์และยืนยันถึงความเชื่อมั่นในการเข้ามาจัดงานไมซ์ในประเทศไทยได้อย่างเป็นปกติ

ในระยะเวลาอันใกล้ สสพ. มีแผนการร่วมกับหาดใหญ่ ส่งเสริมการจัดงานสัปดาห์หนังสือ (Book Fair) ในเดือนกรกฎาคมปีหน้า รวมถึงความร่วมมือกับหาดใหญ่ในการจัดงาน Asia Community 2015

สำหรับกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว นั้น ได้จัดให้มีการจัดงานเทศกาลโคโม่...ลีลันเมืองใต้และ มหัศจรรย์โคโม่ไฟน้ำแข็ง @ Hatyai Ice Dome ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2553 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2554

TCEB JOINED WITH TAT AND TICA TO REVIVE HAT YAI ORGANIZED FAMILIARIZATION TRIP TO ACCELERATE THE DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC MICE MARKET

TCEB teamed up with the Hat Yai Municipality, Tourism Authority of Thailand (TAT) and Thailand Incentive and Convention Association (TICA) to restore the domestic meetings market in Hat Yai after the worst floods in many decades. The Bureau invited large companies in Bangkok to join a Familiarization Trip in order to inspect the damage in the flooded areas. The trip also arranged a Table Top session and helped restore the human resource sector with volunteer activity to boost the people’s spirits. The Bureau expects Hat Yai to make a quick return as a MICE city and a prime tourist destination in Thailand.

Prai Pattano, Mayor of Hat Yai City Municipality, said that the latest floods damaged buildings, shops, houses and businesses, covering as much as 90 per cent of the Hat Yai area with estimated damage costs of at least Bt10 billion. Currently, the Municipality has begun to work to restore the business sector to enable Hat Yai as a whole to go back to being a center of business, tourism, MICE and service in the south.

Akapol Sorasuchart, TCEB’s President said that TCEB has drawn up a restoration plan to help to return the domestic MICE to normal in the areas affected by the floods as soon as possible. In the short-term, the Bureau joined hands with TAT and TICA to organize the Familiarization Trip, bringing public and private organizations to assess the damage in Hat Yai including the damage to hotels, tourist attractions and meeting venues. The trip also offered a Top Table Sales session to help stimulate MICE business and provided volunteer activities to assist Hat Yai community.

Representatives of over 35 large companies and the Thai Listed Companies Association participated in this familiarization trip. The Bureau arranged for these participants to meet Hat Yai tourism operators as buyers, and offered the D-MICE Package with the aim of boosting domestic MICE in Hat Yai.

“Currently, TCEB is evaluating the damage costs and the marketing disadvantage of the affected areas in order to ask the government for a part of the emergency assistance fund to be used to stimulate the MICE industry to grow as targeted. In addition, the Bureau has adjusted operating plans to better assist domestic MICE’s growth by postponing the plan to organize Creative MICE events in three provinces: Phitsanulok, Ubol Ratchathani and Khon Kaen from October and November 2010 to between January and March 2011. As for the long-term rehabilitation plan, TCEB will continue to work on bringing overseas incentive events from Singapore, Malaysia and China, all of which have direct flights to Hat Yai. Meanwhile, the Bureau will also boost domestic exhibitions. According to a plan to develop the Southern Region as a MICE destination, TCEB expects to sign a Memorandum of Understanding with Phuket Province in the first quarter of next year to push Phuket forward as a MICE City. This will also strengthen this major economic city of the south to cope with the growing domestic and inbound MICE markets,” said Akapol.

Poramet Amatyakul, Executive Director of the Tourism Authority of Thailand Southern

Office said that the TAT adjusted its marketing plan for 2011 for the south, beginning the implementation earlier than scheduled.

Moreover, the TAT will bring forward its plan to organize a trade fair and an inter-regional consumer fair, which will be held in Chiang Mai between January 13 and 15, 2011, and in the Northeast in July 2011. The TAT will take tour operators from the South to meet the operators in the North and Northeast for business talks and also offer special domestic packages for tourists participating in the fairs. Meanwhile, the TAT would provide exclusive areas for operators affected by floods. These measures will assist the Thai tourism operators as a whole and restore the tourism sector in the affected provinces.

Sumate Sudasna Na Ayutthaya, TICA’s President, said the Association joined this Fam Trip as part of the urgent plan, inviting corporations who organize big conferences and others that have the potential to draw international conventions to Thailand to help assist the affected areas. The participants saw the damage, as well as the overall potential of Hat Yai to accommodate meetings. They are expected to hold the meetings, seminars and incentives in this area in the near future.

In addition, this activity will also help the campaign by asking for assistance from TICA’s members through its newsletter and online news by showing the situation in Hat Yai. TICA also brought with the association, its members’ recommendation to offer promotions following the situation. For example, TICA joined hands with 110 organizations to create “Thailand’s Offers for Business Events 2010-2011”, with a tagline of “Irresistible Values You Cannot Refuse”, which was support by TCEB. This campaign was given to targeted groups in Thailand and overseas with the aim of enhancing confidence in Thailand’s MICE and to help make decisions to organize events in Thailand. During the flooding, the Association released information reporting the progress of situation and boost the global confidence for people to organize the business events in Thailand.

In the future, TCEB will work with Hat Yai City to promote its Book Fair, which will be held in July next year, as well as work with the city to organize Asia Community 2015. For its tourism campaigns, TCEB and Hat Yai plan to work together to organize “The Lantern Festival...The Colourful South” and the Amazing Hatyai Ice Latern at Hatyai Ice Dome from November 1, 2010 until February 28, 2011.

สสพ. เดินหน้าโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 อย่างเป็นทางการ พร้อมเผยความคืบหน้า หลังปิดฉาก เวิลด์ เอ็กซ์โป 2010

สสพ. ยืนยันเริ่มต้นขบวนการโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพมทกรรมโลกเวิลด์เอ็กซ์โป 2020 อย่างเป็นทางการ หลังปิดฉากมทกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2010 ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน พร้อมเผยความคืบหน้าการจัดทำบริษัทดำเนินโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงลึก และรายงานขั้นตอนของโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงลึกในพื้นที่ 3 จังหวัด ระยะที่ 1 โดยเตรียมพร้อมการมาเยือนประเทศไทยของคณะทำงานของ “สำนักงานส่งเสริมการจัดงานเอ็กซ์โปนานาชาติ (The Bureau of International Expositions หรือ BIE)” เพื่อดูความคืบหน้าและพื้นที่การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพในปี 2020 มกราคมนี้

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า หลังปิดฉากมทกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2010 ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน เมื่อวันที่ 31 ต.ค. ที่ผ่านมา สสพ. ยืนยันการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง หลังจากผลการศึกษาและสำรวจพื้นที่ของจังหวัดที่มีพื้นที่ที่เหมาะสมจากเดิมมีการแสดงความจำนงค์เสนอตัวเป็นเจ้าภาพ 6 จังหวัด ได้แก่ อุดรธานี เพชรบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ ภูเก็ต จันทบุรี กระทั่งได้ข้อสรุปผลความคืบหน้าจังหวัดที่มีศักยภาพโดดเด่นในเบื้องต้น 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ชลบุรี และเชียงใหม่

ก่อนหน้านี้ สสพ. ได้หารือร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อดำเนินการคัดเลือกบริษัทดำเนินโครงการศึกษาเชิงลึก โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือก คือ ผลงานด้านการศึกษาวิจัยการจัดงานระดับโลก ความสามารถในการจัดสรรทีมงานมืออาชีพที่มีประสบการณ์ระดับโลกเพื่อต่อ ยอดศึกษาความเป็นไปได้และสานต่อการศึกษาศักยภาพของทั้ง 3 จังหวัด ตั้งแต่การคัดเลือกในรอบแรก ที่ได้มีการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นอยู่แล้ว เพื่อหาหลักเกณฑ์และศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมแต่ละจังหวัดในเชิงลึก ร่วมไปกับการศึกษาวิจัยผลการศึกษา การเตรียมการ และการจัดงานเวิลด์เอ็กซ์โประดับโลกของนานาชาติ เพื่อประกอบการพิจารณาที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อโครงการ

จากการพิจารณาดังกล่าว ขณะนี้ได้ข้อสรุปในการคัดเลือกบริษัท AECOM ให้เป็นผู้ดำเนินโครงการศึกษาเชิงลึกในพื้นที่ 3 จังหวัด เนื่องด้วยผลงานจากประสบการณ์ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพงานระดับโลก ได้แก่ มทกรรมโลกเวิลด์เอ็กซ์โป ณ ประเทศแคนาดา ปี 2017 และการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ณ ประเทศอังกฤษ ปี 2012 รวมไปถึงงานระดับโลกอื่นๆ อีกมากมาย ทั้งนี้ทางบริษัทได้มีการเสนอรายงานขั้นตอนของโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงลึกในพื้นที่ 3 จังหวัด ระยะที่ 1 แล้ว ประกอบด้วย หลักเกณฑ์การพิจารณาการศึกษาเชิงลึกในแต่ละจังหวัดทั้งสิ้น 11 ข้อ ได้แก่ การประเมินทางด้านวัฒนธรรม, ผลกระทบทางด้านสังคม, การวิเคราะห์ด้านการตลาด, ศักยภาพในการรองรับของที่พัก, การคาดการณ์จำนวนผู้เข้าร่วมงาน, การประเมินความเหมาะสมของพื้นที่, การวางแผนด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดงาน, การวางแผนรูปแบบแนวคิดภาพรวม, การพิจารณาผลกระทบสิ่งแวดล้อมและการจัดแบ่งโซนการใช้สถานที่, ความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภค

และการคมนาคมขนส่ง, การพิจารณาหลักเกณฑ์ของ สำนักงานส่งเสริมการจัดงานเอ็กซ์โปนานาชาติ หรือ BIE นอกจากนี้ สสพ. เตรียมการจัดทำแบบสำรวจรายละเอียดพื้นที่ หรือ CAD Scan บนพื้นที่จริงในแต่ละพื้นที่จังหวัด เพื่อการศึกษาโครงสร้างข้อพื้นที่ทั้งหมดให้ถูกต้องและแม่นยำ เพื่อประโยชน์สูงสุดในการประกอบการพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมต่อไป

“ สสพ. จะลงพื้นที่ศึกษาเชิงลึกหลังสถานการณ์อุทกภัยเริ่มฟื้นตัว เพื่อเตรียมต้อนรับคณะทำงานของ “สำนักงานส่งเสริมการจัดงานเอ็กซ์โปนานาชาติ (The Bureau of International Expositions หรือ BIE)” เยือนประเทศไทย ดูความคืบหน้าและพื้นที่การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพในปี 2020 มกราคมนี้

นายอรรถพล กล่าวเสริมว่า จากสรุปผลรายงานความคืบหน้าเบื้องต้น ถือว่ามีความคืบหน้าในการศึกษาเชิงลึกของทั้ง 3 พื้นที่ซึ่งขณะนี้ได้มีหลักเกณฑ์ที่จะพิจารณาชัดเจนถึงจุดแข็งจุดอ่อน และปัจจัยในแต่ละด้าน ทั้งนี้ ในการศึกษาเชิงลึก ขณะนี้ได้มีการประสานงานเบื้องต้นกับทางจังหวัดเพื่อขอข้อมูลด้านต่างๆ ประกอบการพิจารณาแล้ว แม้ว่า การดำเนินการศึกษาเปรียบเทียบกับพื้นที่จริงอาจประสบความยากลำบากเนื่องด้วยปัจจัยด้านอุทกภัยที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลานี้ แต่ทุกจังหวัดได้ให้ความร่วมมือและมีความตั้งใจสูงในการเตรียมการเสนอพื้นที่เพื่อเป็นเจ้าภาพการจัดงานมทกรรมโลกเวิลด์เอ็กซ์โปอย่างต่อเนื่องที่ ซึ่ง สสพ. ยังคงยืนยันระยะเวลาคืบหน้าในการศึกษาเชิงลึกเพื่อนำไปสู่การหาข้อสรุปสถานที่ตั้งโครงการในอนาคต ให้ได้ภายในเดือนธันวาคมนี้ ทั้งนี้ งบประมาณเบื้องต้น “โครงการเสนอตัวประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานมทกรรมโลกเวิลด์เอ็กซ์โป 2020 ในปีงบประมาณ 2554” ของ สสพ. ทั้งในด้านการศึกษาความเป็นไปได้โครงการในเชิงลึก รวมถึงงบประมาณการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนถึงผลประโยชน์ที่ประเทศจะได้รับและการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพงานมทกรรมโลกเวิลด์เอ็กซ์โป 2020 ทั้งในและต่างประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 50 ล้านบาท และดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการอย่างเต็มรูปแบบในปี 2554 ควบคู่ไปกับแคมเปญ Believe in Thailand โดยเริ่มต้นจากการประชาสัมพันธ์ในประเทศ เพื่อสร้างกระแสและความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชน ด้วยการเปิดตัวโฆษณาทางโทรทัศน์และเว็บไซต์ Thailand World Expo 2020 ที่จะเผยแพร่ในวันอังคารที่ 2 พฤศจิกายนนี้ทั่วประเทศ

TCEB KICKS OFF THE BIDDING TO HOST THE WORLD EXPO 2020 SIGNIFICANT PROGRESS REVEALED AS THE CURTAIN CLOSES ON THE WORLD EXPO 2010

With the closing of the World Expo 2010 in Shanghai, China, TCEB affirmed and announced the official start of the bidding process to host the World Expo 2020. The Bureau also disclosed the progress on the selection of the consultant who will undertake the detailed feasibility study, as well as the first stage of the preliminary study on the three potential provinces. In the meantime, TCEB is preparing for a visit from the Bureau of International Expositions (BIE) in January to inspect the progress and the proposed potential sites for the Expo.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President, said that as soon as the World Expo 2010 in Shanghai wrapped up on October 31st, TCEB started work on the steps required by the BIE, following the conclusion of the preliminary study of the three potential provinces: Ayutthaya, Chon Buri and Chiang Mai. Three other candidates – the provinces of Phetchaburi, Phuket and Chanthaburi – also put forward proposals.

TCEB teamed up with the National Economic and Social Development Board (NESDB) to select the consultant most suited to carry out the detailed feasibility and project study. According to the predetermined criteria, the consultant was required to have had previous experience studying and working on international events and be able to provide professionals with international experience to undertake further feasibility studies of the project as a whole and to the three potential provinces. The consultant is required to carry out a detailed study of each province and its readiness to host the Expo, and should be familiar with World Expo organizing capacities of other countries. This was determined to be useful information and offer the most benefits to the project.

With these criteria in mind, TCEB and NESDB selected AECOM Co. Ltd. as the consultant because of its experience in conducting feasibility studies for the bid to host the World Expo 2017 in Canada and the 2012 Olympics in the United Kingdom, as well as other world-class events.

The consultant has already submitted the first stage of its preliminary report of the feasibility study on the three provinces. This report proposes criteria for the detailed study of each area as follows: cultural assessment, social impact, marketing analysis, accommodation capacity, visitor projections, site suitability assessment, Expo facility planning, concept master planning, environmental impact and zoning

review, infrastructure, public utilities and transportation demand, and BIE criteria review. In addition, TCEB is preparing to use a CAD scan on the actual proposed sites in each province to study the structure of the designated area. The scan will provide more accuracy that allows for further consideration and selection of the most suitable location.

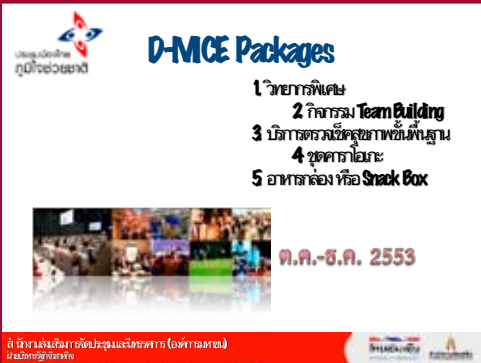
“TCEB will be studying the details of the locations after flood relief efforts have been completed in some provinces in preparation for the visit from the BIE in January. The visit will be to inspect the progress made by the country as a whole, as well as the proposed host locations for the World Expo 2020,” said Akapol.

According to the preliminary report, a detailed study of the three provinces has indicated the strengths and weaknesses of each location. The Bureau has asked the provinces to provide more information for further consideration.

Although site visits for area comparison might be difficult as a result of the recent flooding, every province has shown high levels of cooperation as well as eagerness to act as the host for the Expo in the future. The study should enable the Cabinet to decide on the host location by the end of the year.

TCEB has set an initial budget of Bt50 million from its 2011 fiscal budget to cover the costs of bidding to host the World Expo 2020. This amount includes the costs for the detailed project study as well as the public relations campaign that will raise awareness about the benefits in hosting such an event for the for Thailand and its people, and therefore gain further public support for the project. TCEB will launch the full campaign in 2011, which will be tied in with its Believe in Thailand campaign.

TCEB has already launched the domestic campaign to create public awareness about the Expo with the launch of television and Internet advertising under the theme “Thailand World Expo 2020” on 2nd November.



สสพ. เปิดตัว“D–MICE Package” กระตุ้น การจัดงานไมซ์ในประเทศ

สสพ. สานต่อแผนโรดแมปโมชไทยด้วยการเปิดตัวแพคเกจส่งเสริมการขายและบริการพิเศษกระตุ้นการจัดงานไมซ์
ในประเทศ ภายใต้โครงการ “ร่วมใจประชุมเมืองไทย พลิกฟื้นเศรษฐกิจชาติ”

สสพ. พัฒนาแพคเกจส่งเสริมการขาย “D-MICE Package” เพื่อสร้าง
แรงจูงใจ และกระตุ้นการจัดงานไมซ์ในประเทศ พร้อมเปิดตัว 2 บริการ
พิเศษ call center และ web site เพิ่มช่องทางแก่อนุรักษ์ภาครัฐ และ
ภาคเอกชนในการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนวางแผนการจัดงานประชุม
และสัมมนาในประเทศ ได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ

นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารธุรกิจวิสาหกิจ สสพ.
เปิดเผยว่า จากการที่ สสพ. ร่วมกับภาคเอกชนพัฒนาโรดแมปแผนการทำงานเพื่อ
ฟื้นฟูอุตสาหกรรม และพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย หรือ ไวท์ เปเปอร์
ซึ่งกำหนดให้ยุทธศาสตร์การทำการตลาดในประเทศโดยมุ่งเน้นที่กลุ่มองค์กร กระตุ้น
ให้เกิดการจัดประชุมสัมมนา และการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศอย่างต่อเนื่องนั้น
นับเป็นกลไกสำคัญอันจะมีส่วนส่งเสริมให้เกิดการสร้างงานไมซ์ กระจ่ายรายได้แก่
เศรษฐกิจของประเทศ

ดังนั้น สสพ. จึงได้สานต่อโครงการ “ร่วมใจประชุมเมืองไทย พลิกฟื้นเศรษฐกิจชาติ”
ด้วยการบูรณาการความพร้อมของงานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในการ
พัฒนาแพคเกจส่งเสริมการขายและบริการเสริม เพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ
โครงการ และเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสำหรับคนในอุตสาหกรรมไมซ์
การจัดทำรายการส่งเสริมการขาย หรือ D-MICE Package มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้น
ให้กลุ่มเป้าหมายอันได้แก่ หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ให้ความสนใจในการจัด
งานไมซ์ในประเทศมากขึ้น ด้วยการให้การสนับสนุนแพคเกจที่จำเป็นสำหรับการจัด
งานจำนวน 5 แพคเกจ ประกอบด้วย การให้การสนับสนุนวิทยากรพิเศษ นักพูดระดับ
มืออาชีพ และนักเทรนนิ่งที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการให้การสนับสนุนกิจกรรม
Team Building เสริมสร้าง แรงจูงใจในการทำงาน การให้การสนับสนุนบริการตรวจเช็ค
สุขภาพขั้นพื้นฐาน ทั้งตรวจวัดระดับความดันโลหิต การตรวจเช็คฟัน และประเมิน
ความเสี่ยงด้านพื้นฐาน การให้การสนับสนุนชุดคาราโอเกะ รวมทั้ง การให้การสนับสนุน
อาหารกล่องเพื่อใช้ในการจัดประชุมสัมมนา

“เราได้สำรวจความต้องการของกลุ่มผู้เข้าประชุม และพบว่าแพคเกจดังกล่าว
เป็นการสนับสนุนขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็น และสามารถส่งเสริมให้การประชุม
เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในขณะที่การเสริมสร้างความเข้าใจ และความรู้เกี่ยวกับ

กับการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ นับเป็นความสำคัญที่ไม่ยิ่งหย่อนกัน เราจึง
ได้พัฒนาช่องทางการบริการพิเศษ 2 ช่องทาง คือ การพัฒนาเว็บไซต์ของโครงการ
ประชุมเมืองไทย ซึ่งมีทั้งภาษาไทย (www.ประชุมเมืองไทย.com) และ ภาษาอังกฤษ
(www.meetinginthailand.com) ให้เป็นอินเทอร์เน็ตที่พ เน้นการใช้เว็บไซต์ เป็นศูนย์
รวมของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ หรือ เว็บพอร์ทัล (web portal) รวบรวมข้อมูลของ
โครงการ สถานที่จัดประชุม สถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย นำ
ไปสู่การสร้างชุมชนสำหรับตลาดประชุมในประเทศ และเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยน
ความคิดเห็น (web board)

สำหรับอีกบริการหนึ่ง คือ การจัดตั้งประชุมเมืองไทย call center หมายเลข
02-530-7111 เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ติดต่อขอรับข้อมูลสินค้า บริการ ตลอดจน
คำแนะนำในเรื่องการจัดงานประชุม สัมมนาในประเทศ ให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว
และถูกต้อง สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการ โดยทั้ง 2 บริการ เปิดให้บริการ
ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป

ในปี 2553 นี้ สสพ. ได้ดำเนินกิจกรรมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนส่งเสริม
การขายผ่านกิจกรรม Domestic MICE Familiarization trip จำนวน 7 ครั้ง ในภาค
อีสาน (อุดรธานี-หนองคาย) ภาคเหนือ (เชียงใหม่-เชียงใหม่) ภาคตะวันออก (ระยอง-
จันทบุรี) กรุงเทพฯ (ราชประสงค์) ภาคตะวันตก (ราชบุรี-ประจวบคีรีขันธ์) ภาคกลาง
(นครนายก-ปราจีนบุรี) และ ภาคใต้ (กระบี่-ตรัง) โดยผลการดำเนินงานที่ผ่านมาตลอด
ปี มีบริษัทที่เข้าร่วมกิจกรรม Familiarization trip กับ สสพ. จำนวน 270 บริษัท โดย
จำนวน 72 บริษัทที่เข้าร่วม มีการจัดประชุม อบรม สัมมนา ในประเทศหลังจากร่วม
กิจกรรมเป็นจำนวน 28,000 คน สร้างรายได้สูงถึง 240 ล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายที่
วางไว้ถึงร้อยละ 15

“เราเชื่อมั่นว่า จากการมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือระหว่าง สสพ. กับหน่วยงาน
ภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อพัฒนาแนวทางการทำงาน การวางแผนร่วมกัน ตลอดจน
การเสริมสร้างงานด้านการตลาด การขาย และการประชาสัมพันธ์ จะเป็นแนวทางที่
สามารถบูรณาการศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทาง
สำหรับการจัดประชุมสัมมนาในประเทศได้อย่างแท้จริง” นายจิรุตม์ กล่าวสรุป



TCEB LAUNCHES D-MICE PACKAGE TO STIMULATE DOMESTIC MICE

TCEB continued to move forward with its implementation of
Thailand’s MICE roadmap with the launch of the “D-MICE Package”,
which aims to stimulate domestic MICE under the “Ruam Jai
Prachum Muang Thai Plik Fuen Setthakit Chart” scheme (Meetings
in Thailand to revive the country’s economy).



TCEB developed the D-MICE Package primarily to
motivate those involved in the domestic market. The
Bureau also launched a call center and website to
serve as additional channels for the public and private
sectors to access its resources by providing easier and
more comprehensive access to news and information,
as well as assistance in organising effective and successful domestic
meetings.

Chirut Isarangkul Na Ayudhya, Director of Government and Corporate
Affairs of TCEB, said that, as detailed in Thailand’s MICE industry’s
development roadmap, a domestic MICE strategy that placed
emphasis on building up organizations was a vital mechanism in
boosting the business events industry and ensuring income distribution
nationwide.

The Bureau therefore has continued its work along the lines of the
roadmap, integrating the need of the marketing and public relations side
to develop the promotional package and the need to provide additional
access to information about the D-MICE project. A web board is also
being developed to allow people in the industry to exchange ideas.

The D-MICE package’s aim is to act as a stimulus for public and
private organizations to hold more meetings in the country. The
package supports guest speakers, professional speakers and trainers
specializing in various fields, as well as team building activities to
strengthen motivation. It also supports basic health check-ups such as
blood pressure, pulse rate measurement and eye tests, and karaoke
sets and meal boxes for events.

“Our survey on demands for meeting attendance found that the
D-MICE package supports the essentials needed and therefore helps
meetings be more effective. In addition to this, fostering understanding
and knowledge about domestic MICE is also important. We have

therefore developed a domestic MICE website and call center as
two extra service channels. We provide information in Thai via www.
ประชุมเมืองไทย.com and an English version via www.meetingthailand.
com. This interactive website aims to be a web portal for the domestic
MICE industry. It collects information about the domestic MICE project,
meeting venues, tourist attractions and promotions. Eventually, it
will lead to a community focusing on meetings in Thailand and also
become a web board for the exchange of ideas.

“The call center at 02-530-7111 provides information about products
and services, as well as recommendations for and about holding
meetings in Thailand. Callers will be more than satisfied by the fast
service and accurate information. Both extra services are available
now,” said Chirut.

During the year, TCEB has run a series of campaigns aimed at
enhancing knowledge and understanding, as well as promoting
domestic meetings, through 7 Domestic MICE Familiarization trips.
These trips have covered the Northeast (Udon Thani-Nong Khai), the
North (Chiang Rai-Chiang Mai), East (Rayong-Chatthaburi), Bangkok
(Ratchaprasong), the West (Ratchaburi-Prachuap Khiri Khan), the
Central area (Nakhon Nayok-Prachin Buri) and the South (Krabi-Trang).
A total of 270 companies participated in the familiarization trips, of
which 72 later held meetings, training and seminars in the country, with
a total of 28,000 participants and generating Bt240 million in revenue.
This was 15 per cent higher than TCEB’s target.

“We’re confident that the emphasis on more collaboration between
TCEB and the public and private sectors to develop a strategy, jointly set
a goal and strengthen marketing, sales and public relations activities,
will prove an effective way to integrate our efforts and therefore boost
Thailand’s potential and readiness to become a preferred destination
for the MICE industry,” concluded Chirut.

ผู้บริหาร สสปน. สร้างชื่อเสียง ไทยในเวทีระดับโลก

ผู้บริหารไทยไทยร่วมโชว์ความสามารถในเวทีการ
ประชุมงานแสดงสินค้านานาชาติ ประกาศศักยภาพ
“มั่นใจ...เมืองไทยพร้อม” เตรียมจัดงาน UFI Open
Seminar ปี 2554

ควณฝีมือและลีลาการเป็นวิทยากรและผู้นำการสัมมนาใน
เวทีระดับโลกและระดับภูมิภาค อาทิ การประชุม ISO,
การฝึกอบรมของสมาคมแพทย์ การพัฒนาศักยภาพและ
ภาวะผู้นำของบริษัทชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ตลอดจนการพัฒนาองค์กรและบุคลากรของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในครั้ง
นี้ “นางสาวพอลใจ พุกกะคุปต์” กรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม
และนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้รับเชิญจาก UFI (The Global
Association of the Exhibition Industry) หรือ สมาคมอุตสาหกรรม
นิทรรศการนานาชาติ ซึ่งเป็นสมาคมที่มีความสำคัญเป็นอย่างสูงใน
ด้านการจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้าในระดับนานาชาติ มีสมาชิก
จำนวนกว่า 554 องค์กรจากทั่วโลก ซึ่งล้วนเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ทางด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ ผู้จัดงาน และศูนย์การจัดประชุม
และนิทรรศการ

UFI ได้จัดการประชุม Congress ประจำปีทุกปี เพื่อให้ผู้บริหาร
จากองค์กรด้านงานแสดงสินค้านำเข้าจากทั่วโลกเข้าร่วมประชุมแลกเปลี่ยน
องค์ความรู้และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งการจัดงาน The
77th UFI Congress ครั้งล่าสุดจัดขึ้น ณ โรงแรม Marina Bay Sands
ประเทศสิงคโปร์ ระหว่างวันที่ 10-13 พฤศจิกายน ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นอีก
หนึ่งเวทีระดับโลกที่ นางสาวพอลใจ พุกกะคุปต์ ได้แสดงความสามารถ
ศักยภาพของไทย ในการเป็นต้นแบบของการจัดประชุม สัมมนา ได้
อย่างมีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รับคัดเลือก
ให้แสดงความสามารถในประเทศสิงคโปร์ ที่ถือได้ว่าเป็นประเทศ
คู่แข่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย

การจัดงาน The 77th UFI Congress ภายใต้หัวข้อ “Successful
Business in a Changing World” ในครั้งนี้ ได้รับความสนใจและ
ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงด้วยจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนากว่า 600
คนจาก 56 ประเทศ และถือได้ว่าเป็นการจัดงาน UFI Congress ที่มี
จำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนามากที่สุดเป็นประวัติศาสตร์ และถือเป็นครั้งแรก
ที่ นางสาวพอลใจ พุกกะคุปต์ เป็นผู้หญิงคนแรกที่ทำหน้าที่ในการนำ
สัมมนาในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติของ UFI ด้วย
การทำหน้าที่ดำเนินรายการและเรียบเรียงเนื้อหาการบรรยายจากวิทยากร
หลายๆท่าน ให้มีความน่าสนใจ กระชับ เข้าใจได้ง่าย และถือได้ว่า
ได้รับการยอมรับจากผู้เข้าร่วมประชุม คณะวิทยากร ตลอดจนคณะผู้จัด
งานจาก UFI ว่าเป็นผู้ที่สามารถดำเนินรายการได้อย่างมีคุณภาพ สร้าง
สีสัน และมีเทคนิคแพรวพราว สร้างบรรยากาศการประชุมได้อย่างน่า
ประทับใจ และได้รับการกล่าวขานว่าเป็นต้นแบบ และมีมิติใหม่ของการ
ดำเนินการประชุม

นอกจากนี้วิทยากรที่ได้รับเกียรติในการบรรยาย ล้วนแล้วแต่เป็นผู้
เชี่ยวชาญระดับมืออาชีพและมีผลงานมาแล้วในระดับเวทีโลก อาทิ
Michael Luehrs จาก MCI Group เรื่อง Sustainable Development,
David Wei, CEO and Executive Director จากบริษัท Alibaba เรื่อง
Future of Business และ Kishore Mahbubani เรื่อง Unstoppable
Asia เป็นต้น

การเข้าร่วมงาน The 77th UFI Congress ในครั้งนี้จึงไม่เพียงแต่จะ
แสดงศักยภาพของผู้บริหารในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยว่าเรามีความ
เป็นมืออาชีพ และความสามารถเป็นที่ยอมรับในเวทีโลกแล้ว แต่ยัง
แสดงถึงความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นเจ้าภาพจัดงาน UFI
Open Seminar ประจำปีภาคเอเชีย ซึ่งประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็น
ประเทศเจ้าภาพในระหว่างวันที่ 24-25 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2554 ที่จะมาถึง
ณ บางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ ซึ่งช่วยตอกย้ำ
ถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในวันนี้ ตามแนวคิด “มั่นใจ...เมือง
ไทยพร้อม” ได้เป็นอย่างดี



THAI MICE EXECUTIVE JOINS UFI INTERNATIONAL TRADE FAIR FORUM HIGHLIGHTING THAILAND'S READINESS TO HOST UFI OPEN SEMINAR 2011

Ms Pojai Pookakupt, a member of the Board of the
Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public
Organization) (TCEB), was recently invited by UFI
(The Global Association of the Exhibition Industry)
to join UFI's 77th Congress held in Singapore
from 10th-13th November 2010. UFI is the apex
organization of the global trade fair and exhibition
industry with 554 members from around the world,
including organisers of international and national
trade fairs/exhibitions, venue owners and operators,
and professional associations.

UFI's annual meetings are flagship industry events, providing a forum for top industry
leaders and executives from around the world to exchange knowledge and extend their
business networks. At this year's UFI Congress, held at the Marina Bay Sands Convention
Centre in Singapore, Ms Pojai exemplified the dynamism and world-class level and talent
of Thailand's event organization industry. Pojai Pookakupt is an accomplished business professional
in a variety of fields and, apart from managing her own event management company, plays a leading
role in advising the Thai government on the development of the MICE sector. In leading this event,
which has been hailed as a major success, Ms Pojai once again served as a model to demonstrate
Thailand's capabilities through her organizational and communication skills, her humour and profound
industry knowledge.

Under the theme “Successful Business in a Changing World”, the 77th UFI Congress drew more
than 600 participants from 56 countries - the largest in the history of the Congress. This was also the
first time for this UFI event to be organized and led by a woman. Ms Pojai's role included identifying
speakers, compiling the programme, and summarizing the content in a comprehensive, articulate and
easily-digestible form. But most importantly, she dazzled participants with her ability to lead and drive
interaction among participants, to capture the essence of the discussions and highlight key arguments
with her compelling and inimitable style.

Ms Pojai joined world-renowned speakers selected by UFI to inspire the convention participants,
including Kishore Mahbubani (Lee Kuan Yew School of Public Policy, National University of Singapore),
Prof. Michael J. Enright (School of Business, University of Hong Kong), Michael Luehrs (MCI Group,
Geneva, Switzerland), David Wei (CEO and Executive Director, Alibaba.com), John Shaw (Member
of the Board of COMEXPOSIUM, France), Jörg Beier (Cooperative State University, Ravensburg,
Germany), and Jochen Witt (CEO, jwc GmbH, Cologne, Germany).

The 77th UFI Congress not only highlighted the professional calibre of Thailand's MICE management
executives on a world stage, but also the country's readiness to host the UFI Open Seminar for Asia,
which will held from 24th-25th February 2011 at the Bangkok Convention Centre, Central World, in
Bangkok. This is a demonstration of the industry's confidence in Thailand's MICE industry, as well as
Thailand's MICE industry's world-class professional standing.