

TCEB NEWSLETTER



THAILAND
convention & exhibition bureau

www.tceb.or.th

Issue 15

September-October, 2010

WIN

PROMOTE

DEVELOP

MICE
DECLARATION
MOVING FORWARD TOGETHER

สสพ. เปิดโรดแมปต้นแบบ
อุตสาหกรรมไมซ์ไทย
เตรียมผลักดันรัฐบาลประกาศเป็น
วาระแห่งชาติ

TCEB UNVEILS PILOT
ROADMAP OF MICE
INDUSTRY

PREPARES TO URGE THE
GOVERNMENT TO ANNOUNCE IT AS
PART OF NATIONAL AGENDA

อ่านต่อหน้า 4-6 / See pages 4-6





4-7 TCEB UNVEILS A PILOT ROADMAP OF MICE INDUSTRY PREPARES TO URGE THE GOVERNMENT TO ANNOUNCE IT AS PART OF THE NATIONAL AGENDA



8-9 TCEB LAUNCHES 'BELIEVE IN THAILAND' CAMPAIGN 2011 AIMS TO RESTORE AND RECONFIRM CONFIDENCE IN THAILAND'S MICE INDUSTRY



10-11 TCEB URGES OPERATORS TO USE MSMS TO BE PREPARED FOR ALL CRISES



12-13 TCEB ENCOURAGES BUYERS TO EMPHASIZE GREEN MEETINGS



14-15 TCEB MOVES FORWARD WITH THE CONNECTIONS PLUS PROJECT GLOBAL BUYERS RESPOND BY CONTINUOUSLY JOINING THE EVENT



16 TCEB INITIATES CONVENTION DAY PAVING THE WAY TO THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL CONVENTION INDUSTRY



THAILAND
convention & exhibition bureau

TCEB Newsletter

Public Relations Division
Marketing Communication Department

Senior Manager: Parichat Svetasrini

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: Aumsree
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-Trat Rd, Bangna, Bangkok
10260 Thailand

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



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีผู้อ่านวารสาร สสบน. ทุกท่านครับ
ในฐานะเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย นับเป็นความสำเร็จ และก้าวอย่างครั้งสำคัญของ สสบน. ในการบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อวางกรอบการจัดทำโรดแมปต้นแบบของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย อันจะเป็นแนวทางในการดำเนินนโยบายและการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีเอกภาพ และประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพในการแข่งขัน ภายใตกรอบข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 และนำไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชียได้อย่างแท้จริง

ทั้งนี้ สสบน. ได้จัดงาน "รวมพลังความคิด กำหนดทิศทางอุตสาหกรรมไมซ์ไทย" (MICE Declaration) เพื่อประกาศเจตนารมณ์ร่วมกับทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนโรดแมปดังกล่าว พร้อมกับเตรียมเสนอรัฐบาลให้กำหนดเป็นวาระแห่งชาติภายในเดือนตุลาคมนี้

ด้านกลยุทธ์การตลาด ยังได้พัฒนาแคมเปญใหม่ 'Believe in Thailand' ซึ่งได้เปิดตัวในตลาดต่างประเทศเมื่อครั้งเข้าร่วมงานเทรดโชว์ CIBTM 2010 (China Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition) ที่กรุงปักกิ่ง เมื่อต้นเดือนกันยายน รวมทั้งได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการครั้งแรกในประเทศไทยในงาน IT&CMA and CTW 2010 เพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของประเทศ ควบคู่ไปกับมาตรการกระตุ้นตลาดในระยะสั้นผ่านแคมเปญ ไทยแลนด์ เอ็กซ์ตรา แวลู เพื่อรักษาจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวต่างชาติมายังประเทศไทยไม่ให้เกิดลดลงจากปีที่ผ่านมา ซึ่งจะมีการเปิดตัวแคมเปญในอีกหลายประเทศทั่วโลก

สสบน. ได้ริเริ่มโครงการจัดสัมมนาเชิงวิชาการด้านการจัดประชุมนานาชาติขึ้น (Convention Day) โดยหวังเป็นแนวทางสร้างเครือข่ายองค์กรกลุ่มเป้าหมายเพื่อพัฒนา และเสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติ อีกทั้งยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้มีประสบการณ์ในการจัดการประชุมนานาชาติ นำไปสู่การวางแผนงานพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุมในอนาคต โดยมุ่งหวังว่า การริเริ่มโครงการดังกล่าว จะนำไปสู่การสร้างเครือข่ายของอุตสาหกรรมจัดประชุมนานาชาติให้เข้มแข็งขึ้น

ในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา สสบน. ได้สานต่อโครงการสำคัญ ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโครงการ "Green Meetings, Greening your lifestyle" เพื่อขับเคลื่อนแนวคิด "กรีน มีทติ้งส์" ไปสู่กลุ่มผู้ใช้บริการการจัดงาน โดยเน้นกลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนภาคประชาชน โครงการ Connections Plus มุ่งเน้นขยายโอกาสทางธุรกิจไมซ์ผ่านการจัดกิจกรรมดูงาน และทัศนศึกษาสำหรับกลุ่มเป้าหมายทั่วโลก ให้มีโอกาสนับผู้ประกอบการจริงจากสินค้าและบริการในหลากหลายพื้นที่หลักในประเทศไทย

สสบน. ยังยืนยันความพร้อมเดินหน้าโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลก "เวิลด์ เอ็กซ์โป 2020" หลังการประกาศเจตนารมณ์ของรัฐบาลโดย พล.อ. นายกรัฐมนตรี ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อการเสนอประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลก "เวิลด์ เอ็กซ์โป 2020" ประเทศไทยนับเป็นประเทศแรกของโลกที่มีผู้นำประเทศในฐานะนายกรัฐมนตรี ประกาศเจตนารมณ์อย่าง ยิ่งใหญ่ จึงเป็นโอกาสสำคัญของประเทศในการแสดงศักยภาพความพร้อมที่ย้ำให้เห็นถึงการสนับสนุนจากรัฐบาล อันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศไทยอย่างสูงสุด ซึ่งความคืบหน้าจะเรียนให้ท่านผู้อ่านทราบในลำดับต่อไป

นายอรรถพล สุรสุชาติ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

AS THE STATE AGENCY for the development of Thailand's MICE industry, we consider the drawing up of the pilot "White Paper", or roadmap, for the industry together with all parties a great success and crucial step for TCEB. It will be a guideline for the setting of policies and operations in future to enable the whole industry to move forwards in the same direction with optimal efficiency. This will improve Thailand's readiness and competitiveness in preparation for the ASEAN Economic Community, which will come into being in 2015, and ultimately lead to Thailand becoming the preferred destination for the MICE industry in Asia.

Subsequently, TCEB organized the MICE Declaration to announce the goal of the industry to drive the roadmap's goals forward. Meanwhile, the Bureau is also preparing to propose to the government that it use this framework to make the MICE industry an integral part of the national agenda.

In terms of the marketing strategy, TCEB developed a new campaign, "Believe in Thailand", which was launched in the overseas market during the "CIBTM 2010 (China Incentive, Business Travel Meetings Exhibition) trade show in Beijing between August 31 and September 2, 2010. This campaign was later launched for the first time in Thailand at the double-bill event, IT&CMA and CTW 2010. The new marketing approach was created as a confidence building measure to boost countries' image and international confidence in Thailand. This was coupled with a short-term marketing stimulus measure via the Thailand Extra Value campaign. It is an attempt to maintain the same number of MICE travelers to Thailand as last year.

Another new initiative was the Convention Day. This technical convention was aimed at building a network of target organizations to develop and enhance the potential of the convention industry. In addition, it will be a platform for the exchange of ideas among individuals who are highly experienced in organizing international conventions. It will eventually lead to the further development of the convention industry in the future. TCEB expects that this initiative will create a stronger convention industry network.

Over the past few years, TCEB has continuously carried out several major projects, including "Green Meetings, Greening Your Lifestyle" to promote the idea of Green Meetings among user groups by targeting public and private corporations, as well as individuals. Another popular project is "Connections Plus", which is aimed at expanding MICE business opportunities through familiarization trips. This year's event once again offered target groups from all over the world a real experience of products and services in major destinations in Thailand.

Finally, but significantly, TCEB reaffirmed its readiness to submit a bid to host the World Expo 2020 when the Prime Minister, Abhisit Vejjajiva, officially announced the government's intention to bid in Shanghai, China. Thailand was the first country in the world to have its prime minister, on behalf of the government, announce this ambitious goal, despite movement from other countries. It is an opportunity for the country to show its potential and readiness, emphasized by the government's support. This will also have the effect of increasing confidence in Thailand as a whole. The Bureau will continue to update readers on the progress of the project in the future.

Akapol Sorasuchart

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. จัดงาน “รวมพลังความคิด กำหนดทิศทางอุตสาหกรรมไมซ์ไทย” (MICE Declaration) เพื่อประกาศเจตนาสนับสนุนร่วมกับทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนโรดแมปต้นแบบของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (White Paper) พร้อมเตรียมเสนอรัฐบาลกำหนดเป็นวาระแห่งชาติ

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. เปิดเผยว่า สสปน. ประกาศแผนฟื้นฟูและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยฉบับแรก หลังจากได้บูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วนจัดงาน MICE SUMMIT เมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ และภาคเอกชนกว่า 200 หน่วยงาน จนนำไปสู่ข้อสรุปสำหรับกรอบการจัดทำโรดแมปใน 4 ประเด็นหลัก คือ การทำการตลาดในประเทศ การทำการตลาดในต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย และการสนับสนุนหรือพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จากภาครัฐ

สสปน. คาดว่า จะนำเสนอโรดแมปฉบับสมบูรณ์ต่อรัฐบาลในเดือนตุลาคมนี้ เพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ และขอการสนับสนุนให้รัฐบาลวางกรอบนโยบายและมาตรการรวมถึงการจัดสรรงบประมาณที่สอดคล้องกับโรดแมปจากการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน เพื่อการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ที่จะสอดประสานกันในระดับนโยบายและการปฏิบัติการ พร้อมขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นระบบ มุ่งสู่เป้าหมายหลัก คือ การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย

ตามกรอบการจัดทำโรดแมปดังกล่าว การทำการตลาดในประเทศ จะมุ่งเน้นที่กลุ่มองค์กรเพื่อกระตุ้นให้เกิดการจัดประชุมสัมมนา และการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การทำการตลาดในต่างประเทศ มุ่งเพิ่มศักยภาพการตลาด และสร้างโอกาสในการขายแก่อุตสาหกรรมไมซ์ โดยเน้นผู้ซื้อคุณภาพ และรักษาลูกค้าเดิม โดยการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้า และมีกิจกรรมการตลาดที่สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจ รวมถึงการประสานงานกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

งานด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ มุ่งสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้กับบุคลากรรัฐ ท้องถิ่น และองค์กรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นในอุตสาหกรรมไมซ์จากภายในประเทศสู่ระดับนานาชาติ

ส่วน การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จากภาครัฐ เน้นการพัฒนาบุคลากรในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ ปรับปรุงฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งระบบ เพื่อการใช้ประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและเอกชน ให้รัฐเป็นผู้ผลักดันการดำเนินงานด้านอีเว้นท์โดยเฉพาะแฟล็กชิพ อีเว้นท์ ทั้งในและจากต่างประเทศ พร้อมทั้งนำเสนอการจัด

ตั้งกองทุนสมทบของรัฐและเอกชน เพื่อการสนับสนุนการเสนอตัวเป็นเจ้าของจัดงาน “โรดแมปนี้จะเป็นฉบับสมบูรณ์ฉบับแรกของอุตสาหกรรมไมซ์ที่ทุกภาคส่วนจะเดินทางปฏิบัติกรไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยไปอย่างรวดเร็ว ตอบรับกับภาวะการแข่งขันในตลาดโลก โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมตามกรอบความร่วมมือเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economy Community) ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งมีเป้าหมายที่จะให้เกิดตลาดที่มีฐานการผลิตร่วมกัน ทำให้มีการเคลื่อนย้ายเสรีทางด้านสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมือ”

ในขณะเดียวกัน สสปน. ได้พัฒนาแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมไมซ์เชิงรุกให้สอดคล้องกับโรดแมป เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในเชิงปฏิบัติการโดยเร็ว และยังคงยึดแนวทางการร่วมมือการทำงานอย่างใกล้ชิดร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยสร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อพัฒนาธุรกิจไมซ์ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ 3 ปี พ.ศ. 2553-2555 ด้วยรูปแบบการพัฒนา 3 รูปแบบหลัก คือ Win (นำงานเข้าประเทศ) Promote (สนับสนุน) และ Develop (พัฒนา) ผ่าน 6 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ 1) การดำเนินงานและเร่งพัฒนาและ ขยายตลาดผ่านเครือข่ายภาครัฐและเอกชนในการเป็นช่องทางทางการตลาด 2) ประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ ส่งเสริมการรับรู้ถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ และบทบาทของ สสปน. 3) ส่งเสริมกิจกรรมเพิ่มมูลค่าและยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พร้อมยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE) 4) พัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐาน และขีดความสามารถขององค์กรและผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล 5) สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายในและระหว่างประเทศ และ 6) กระตุ้นศักยภาพและบทบาทของ สสปน. ทั้งในส่วนของระบบการบริหารงาน และ ทรัพยากรบุคคล

ในปีงบประมาณ 2553 ที่ผ่านมา ผลการดำเนินโครงการเชิงรุกเด่นๆ ของ สสปน. ได้แก่ การวางกลยุทธ์จัดงานใหญ่ (Mega Event) ร่วมกับ ภาคเอกชนผลักดันให้ประเทศไทยเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลก “เวิลด์ เอ็กซ์โป 2020” ที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาประเทศ ระยะยาวทั้งด้านเศรษฐกิจ การลงทุน สังคม และการศึกษารวมถึงศักยภาพภาพของประเทศในฐานะศูนย์กลาง ของอุตสาหกรรมไมซ์ ระดับโลก นอกจากนี้ ยังมีโครงการที่ได้รับความสำเร็จอย่างสูงได้แก่ โครงการ “ไมซ์ไทยเข้มแข็ง:

The Thailand Convention and Exhibition Bureau has drawn up a MICE Declaration that reveals the goal of all parties to go forward with the first ever white paper or roadmap for Thailand’s MICE industry. The Bureau is preparing to propose to use this framework to make the MICE industry an integral part of the national agenda to the government.



The first white paper for the rehabilitation and development of Thailand’s MICE industry was tabled for discussion by experts and more than 200 private organizations attending the MICE Summit in June 2010. The conference reached conclusions on a coherent white paper framework in four major areas: the domestic market, the overseas market, public relations and the enhancement of the country’s image, and government support for MICE industry development.

efficient human resources development and overall MICE database improvement to benefit both the public and private sectors. The government would also be required to promote events, especially flagship events, in domestic and inbound markets. The roadmap also proposes to establish a joint public and private fund that would support and assist any organization or body bidding to host events.

TCEB expects to submit this completed white paper to the government in October 2010. The government would be urged to consider the MICE industry as part of the national agenda and draw up policy measures as well as budget support in accordance with the roadmap. This would boost the MICE business at both the policy and operational levels to systematically mobilize the country’s MICE industry. Its primary goal is to establish Thailand as a preferred destination for the MICE industry in Asia.

“It will be the first completed White Paper for the MICE industry; one that enables all parties to make substantial progress in the same direction. It will provide fuel for the industry to develop rapidly in response to global market competition and will give a level of preparedness for the ASEAN Economic Community that becomes effective in 2015 with the aim of transforming ASEAN into a single market. The AEC will affect regional integration with free movement of goods, services, investment, skilled labour and freer flow of capital,” said Akapol Sorasuchart, President of TCEB.

Under this framework, the domestic MICE marketing plan would mainly encourage corporate bodies to continuously organize business events inside the country. The overseas marketing plan would aim to increase marketing potential and sales opportunities for the industry internationally. Emphasis would be placed on attracting quality buyers and maintaining existing customers through close coordination with buyer groups, as well as organising value added marketing activities to stimulate decision making. Coordination among all organizations concerned would be required to move forward under the Team Thailand strategy.

The public relations and image enhancement plan would focus on creating better awareness about the MICE industry and its impact on human resources in the government sector, local administrations and other organizations. Confidence in the MICE industry would be increased at both the domestic and international levels.

Government support for MICE industry development would underscore long-term



TCEB has developed an aggressive strategic development plan in parallel with the roadmap to ensure operational effectiveness. The Bureau, which remains the main conduit for the close collaboration between the public and private sectors, has a network of strategic partners to develop the MICE business under the three-year strategic plan that runs from 2010-2012.

This plan has three major development strategies: Win (win more international bids), Promote (promote Thailand as a world-class MICE destination as well as the venue for domestic MICE), and Develop (develop Thai Team collaboration).

In order to achieve this, TCEB has six mechanisms in place. Firstly, win more international bids, accelerate development and expand markets by using the network of public and private sector partners as a marketing channel. Secondly, promote and enhance the image of the MICE industry, boost awareness about the importance of the MICE industry and the TCEB’s roles. Thirdly, support value-added activities and upgrade the MICE industry through the creative economy guidelines, and sustain and promote the domestic MICE industry. Fourthly, develop the infrastructure

พลิกฟื้นเศรษฐกิจ ด้วยความคิดสร้างสรรค์"ภายใต้แนวคิด "พลิก สร้าง แปลง เปลี่ยน" เพื่อพัฒนาธุรกิจไมซ์ภายในประเทศให้ก้าวสู่การบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์ ตามแนวนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาล โดยสสป. วางยุทธศาสตร์เป้าหมายโครงการด้วยการกระจายความรู้ในการพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์สู่ภูมิภาค จัดกิจกรรมเดินสายโรดโชว์ในนครแห่งไมซ์ ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ สงขลา และ ภูเก็ต

จากความสำเร็จดังกล่าว สสป. ได้สานต่อโครงการในอีก 3 พื้นที่เพื่อให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย ประกอบด้วย พิษณุโลก ขอนแก่น และ อุบลราชธานี โดยใช้งบประมาณของสสป. ในปี 2554

นายอรรถพล กล่าวเพิ่มเติมว่า ในปีงบประมาณ 2553 มีผู้เดินทางกลุ่มไมซ์มายังประเทศไทยประมาณ 620,000 คน สร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 45,000 ล้านบาท โดยสสป. ตั้งเป้าหมายที่จะรักษานโยบายดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ในปีนี้ให้

เทียบเท่ากับปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะปีหน้า อุตสาหกรรมไมซ์จะเติบโตร้อยละ 15-20 มีจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามาประเทศไทยประมาณ 720,000 คน สร้างรายได้เข้าประเทศมูลค่าประมาณ

จัดการประชุมในประเทศไทยหลังจากนี้อีกจำนวน 63 งาน ซึ่งคาดว่าจะสามารถสร้างรายได้กว่า 7,000 ล้านบาท

พร้อมกันนี้ สสป. ยังเดินทางกระตุ้น สมาคมหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษาให้เข้าร่วมเสนอตัวเป็นเจ้าของจัดงานประชุมนานาชาติ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมชาวต่างประเทศให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเสนอแพคเกจเพิ่มมูลค่ามอบให้ทั้งผู้จัดประชุม และผู้เข้าร่วมประชุม

นอกจากนี้ สสป. ในฐานะตัวแทนของประเทศไทย ได้เป็นประธานสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติเอเชียหรือ Asian Association of Convention Bureau (AACVB) โดยเป็นแกนนำหลักในการผลักดันความร่วมมือผลักดันบทบาทสมาคมให้เข้มแข็ง และเป็นที่ยอมรับในระดับโลก เพื่อให้เอเชียเป็นจุดหมายที่สำคัญของการประชุมนานาชาติ

ส่วนตลาดด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions) มุ่งสร้างเครือข่ายพันธมิตร ผลานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชน พร้อมสร้างสรรค์กิจกรรมกระตุ้นตลาดการจัดแสดงสินค้านานาชาติไทย โดยได้ริเริ่มโครงการ "เอ็กซ์ตราไนท์ เอ็กซ์ตรา สไมล์" (Extra Night, Extra Smile) ขยายสิทธิพิเศษสู่กลุ่มผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าจากทุกประเทศทั่วโลก พร้อมเดินสายโรดโชว์-เทรดโชว์ จัดกิจกรรมกระตุ้นความเชื่อมั่นในกลุ่มประเทศเป้าหมาย โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียน พัลส์ 6 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) และนำเสนอโปรโมชันสนับสนุนทางการตลาด เพื่อกระตุ้นการค้าสินค้า โดยปีนี้ สสป.ได้

DECLARATION MOVING FORWARD TOGETHER

สนับสนุนงานแสดงสินค้าใหม่ (New Show) จำนวน 10 งาน และยกระดับงานแสดงสินค้า (Upgrade show) จำนวน 21 งาน

ในขณะเดียวกัน สสป. ยังได้เน้นส่งเสริมการจัดประชุมและสัมมนาในประเทศด้วยการสร้างการรับรู้ และความเข้าใจถึงศักยภาพ ของทุกพื้นที่ในประเทศ

ผ่านกิจกรรม familiarization trip เดินสายนำหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสื่อมวลชนร่วมสัมผัส ประสบการณ์จัดงานไมซ์ในประเทศจำนวน 7 ครั้ง เพื่อกระตุ้นให้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน จัดงานไมซ์ภายในประเทศให้มากขึ้น พร้อมทั้งส่งเสริมการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากร และมาตรฐาน

ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านโครงการให้ความรู้เรื่องไมซ์ แก่เยาวชนและสถาบันการศึกษา (MICE Education) ที่ว่าทุกภูมิภาคของประเทศไทย ตลอดจนร่วมมือกันให้เกิดมาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (มอก 22300-2551) และ แนวคิดการจัดงานไมซ์แบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (กรีนมีทติ้งส์)

นายอรรถพล กล่าวสรุปว่า ตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา สสป. ดำเนินงานภายใต้แนวทางหลัก คือ การบูรณาการความร่วมมือสูงสุดกับภาคเอกชน ทั้งในด้านการสร้างสรรค์ระดับนโยบาย และการปฏิบัติการในแต่ละโครงการ โดยได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากภาคเอกชน ทั้งนี้ การมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือเพื่อการพัฒนา

แนวทางการทำงานและการวางเป้าหมายร่วมกัน จะยังคงเป็นแนวทางต่อไปในอนาคตเพื่อบูรณาการศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทย ในการเป็นจุดหมายปลายทางที่นิยม สำหรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ทั้ง ในประเทศ และต่างประเทศอย่างแท้จริง

capacity and institutional capability of organizations and operators to meet the standards for international recognition. Fifthly, create a collaborative network both inside and outside the country. Finally, raise the potential and develop the roles of the TCEB in both management and human resource.

To achieve outstanding performance in the 2010 fiscal year, TCEB teamed up with the private sector to draw up a strategy to win a mega event. The Bureau succeeded in pushing the various parties concerned to encourage Thailand to participate in the bidding to host the World Expo 2020. This would not only enhance the country's long-term economic, social and educational development but would also emphasize the country's potential as a world-class destination for the MICE industry.

Another very successful project in the recent period was "Creative MICE", the concept of which was "restore, build, transform, change". It was aimed at developing domestic MICE with more creative ideas following the government's creative economy policy. The TCEB set itself the goal of disseminating knowledge about the MICE industry in the provinces and encouraging its development.

The Bureau organized a series of road shows in MICE cities: Bangkok, Chiang Mai, Songkhla and Pattaya. These proved such a success that the Bureau now plans to extend the project to cover three additional areas - Phitsnulok, Khon Kaen and

international bids generating no less than Bt1.7 billion in revenue. Sixty-three conventions are to be held in Thailand with a total estimated revenue of more than Bt7 billion in the near future.

Meanwhile, TCEB continues to encourage associations, state agencies and educational institutes to participate in bidding to host international conventions. Attractive packages for organizers and participants will help increase the number of convention participants.

In addition, this year, on behalf of Thailand, TCEB was nominated as President of the Asian Association of Convention and Visitor Bureaux (AACVB). Thailand collaborated with other member countries to strengthen the association's role and receive global recognition. Its mission is to promote Asia as a key destination for the conventions.

The marketing plan for exhibitions aims to create a network of strategic partners, collaboration between public and private sectors as well as creative events to stimulate international shows. TCEB initiated the "Extra Night, Extra Smile" campaign, which offers more privileges to exhibition visitors from all over the world. Moreover, the Bureau organized road shows and tradeshows to build confidence in target countries, especially ASEAN Plus 6 (China, Japan, Korea, India, Australia and New Zealand), and offered promotions aimed at encouraging decision-making.



Ubon Ratchathani - under the 2011 budget.

Akapol added that in 2010, there were an estimated 620,000 MICE travelers to Thailand generating over Bt45 billion in revenue. TCEB aimed to maintain the number of MICE travellers that arrived in 2009. Next year, the MICE industry is expected to grow by 15-20 per cent to 720,000 MICE travelers and Bt57.6 billion in revenue.

For the meetings and incentives market, TCEB aims to promote Thailand as a preferred destination through the clustered marketing strategy with five business clusters: Bangkok, greater Bangkok/Pattaya, Chiang Mai/Chiang Rai, Nakhon Ratchasima/Khon Kaen, Hua Hin/Cha-am and Phuket/Krabi/Phang-nga. In addition, TCEB will boost awareness about the professionalism of local organizers in holding creative business events in new formats in response to market demand. It aims to attract corporate bodies worldwide, both those with high purchasing power and regular buyers, to organize events in Thailand.

This year, TCEB promoted the MICE industry in overseas markets by participating in 8 tradeshows and 14 road shows.

The conventions market too showed signs of continued growth. In the fiscal year between October 2009 and September 2010, Thailand won 19 regional and

This year, TCEB supported 10 new shows and 21 upgraded shows.

Meanwhile, TCEB also placed emphasis on the domestic MICE campaign by working to enhance awareness and understanding of the potential of all areas in the country through familiarization trips. The Bureau arranged seven trips, bringing public and private agencies as well as media to experience the country. The familiarization trips serve to encourage the various organizations to organize even more events in Thailand.

Moreover, TCEB developed the capability of Thailand's human resources and MICE standards in all regions of the country through the MICE Education scheme. The Bureau also fully pushed forward with the MICE Security Management Standard (MSMS 22300-2551) and the green meetings concept.

Finally, Akapol said that over the past year, TCEB has operated under guidelines that serve to maximize integration between public and private sectors, as well as create policy and an operational framework for each project. There has been strong support from the private sector, and the emphasis on enhanced collaboration to jointly set both operational frameworks and goals will remain in the future. This will help to further increase the potential and readiness of Thailand and to make it a truly preferred destination for both domestic and international MICE travelers.



สสปน. เปิดตัวแคมเปญ 'Believe in Thailand' ปี 2554 มุ่งเน้นสร้างความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

สสปน. เปิดตัวแคมเปญใหม่ 2554 ด้วยแคมเปญ 'Believe in Thailand' เป็นแคมเปญหลักในการส่งเสริมการตลาดและการขายของอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เน้นสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ โดยเปิดตัวครั้งแรกในงานเทรดโชว์ IT&CMA ครั้งที่ 18 และงาน CTW ครั้งที่ 13 พร้อมปรับแนวทางการทำการตลาดและการสื่อสาร ซึ่งเริ่มต้นจากการนำเสนอ Thailand Pavilion อย่างยิ่งใหญ่ และใช้ในงานเทรดโชว์ทั่วโลกต่อไป ทั้งนี้ แนวทางทั้งหมดจะเสร็จสมบูรณ์เดือนกันยายนี้นำมาพัฒนาต่อยอดการค้าดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารตลอดปี



สสปน. พัฒนาแคมเปญ 'Believe in Thailand' เพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ของประเทศ โดยประกาศความมั่นใจในการเข้ามาจัดงาน เพื่อให้นานาชาติเห็นว่าประเทศไทยมีความแข็งแกร่งจากความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน และพร้อมที่จะผลักดันประเทศไทยให้กลายเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมของเอเชีย โดยแคมเปญนี้เป็นหนึ่งในการพัฒนาแนวทางที่ได้จากการจัดทำโรดแมป ที่มีภารกิจกับทุกภาคส่วน ทั้งนี้การสร้างเชื่อมั่นทั้งในและต่างประเทศเป็นเรื่องสำคัญ สสปน. จึงเชื่อมั่นว่าประเทศไทยจะต้องก้าวไปข้างหน้าด้วยกัน เพื่อมุ่งเน้นการทำการตลาดและส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ โดยใช้แคมเปญนี้เป็นแคมเปญหลักตลอดปี เพื่อจุดแข็งของประเทศในทุกด้าน เน้น 3 ด้านหลัก ได้แก่ การบูรณาการศักยภาพของไทยโดยเฉพาะศักยภาพความพร้อมในด้านบริการความเป็นมืออาชีพ รวมถึงจุดแข็งอื่น ๆ, และความหลากหลายของสถานที่จัดงานและการเน้นจุดเด่นของการสื่อสารทางการตลาดด้วยการจัดกลุ่มพื้นที่เป้าหมาย (Cluster Marketing)

นอกจากนี้ ความคุ้มค่าในการลงทุน ยังเป็นจุดขายสำคัญของการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า ด้วยการใช้ผลตอบแทนที่ดีที่สุดในฐานะผู้จัดงาน ประการสุดท้ายคือ การจุดประกายและสร้างแรงบันดาลใจ ให้เกิดการจัดงานหรือเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทยของกลุ่มเป้าหมาย ที่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้ธุรกิจไมซ์ไทย ทั้งนี้ตามแผนการปีหน้า ในเรื่องการจัดงานใหญ่ของประเทศไทยอย่างงานมหกรรมโลกาภิวัตน์เอ็กซ์โป 2020 และกิจกรรมต่าง ๆ จะอยู่ภายใต้การดำเนินงานแคมเปญนี้ เพื่อตอบโจทย์การสร้างเชื่อมั่นให้กับประเทศไทย ที่ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมไมซ์จะเดินทางมาทำการตลาด โปรโมชัน และการสื่อสารทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน

นายอรรถพล สุรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. กล่าวว่า สสปน. เปิดตัวแคมเปญนี้ในงาน IT&CMA ครั้งที่ 18 และ CTW Asia-Pacific ครั้งที่ 13 เนื่องจากเป็นงานแสดงสินค้าและบริการด้านการจัดประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ติดอันดับอยู่ในใจของผู้ประกอบการไมซ์นานาชาติ สร้างความเชื่อมั่นและเป็นที่ยอมรับกันดีว่าเป็นงานเทรดโชว์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดแห่งภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ที่จัดขึ้นในประเทศไทยเป็นปีที่ 9 โดยปีนี้ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 5-7 ตุลาคม 2553 ภายใต้แนวคิด "Redefining MICE in Asia" ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการไมซ์จากทั่วโลก ได้มาพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยน และเรียนรู้วัฒนธรรมต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมไมซ์ และที่สำคัญ คือ เป็นเวทีเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่จะสร้างโอกาสทางธุรกิจโดยตรง

อีกประการสำคัญ คือ แม้ว่าจะมีสถานการณ์ความผันผวนทางการเมือง แต่ผู้ประกอบการจากนานาชาติยังคงให้ความเชื่อมั่นเดินทางเข้าร่วมงาน โดยสถานที่จัดงานยังคงเป็นโรงแรม เช่น ทาวรา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ และบางกอก คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ ในขณะที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งเพิ่งเปิดบริการก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จึงเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการ และยืนยันความพร้อมของสถานที่จัดงานในสายตานานาชาติ นอกจากนี้ จำนวนผู้ซื้อและผู้ประกอบการด้านธุรกิจการประชุมและการท่องเที่ยว ผู้ร่วมแสดงสินค้า ตลอดจนผู้เข้าร่วมโปรแกรมสัมมนาที่มากกว่าการจัดงานในปีที่ผ่านมา ตอกย้ำความเชื่อมั่นในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยมีผู้ประกอบการไมซ์ชั้นนำ และสื่อมวลชนทั้งสิ้นกว่า 2,500 คน จากกว่า 54 ประเทศทั่วโลก ซึ่งคาดว่าจะสร้างรายได้หมุนเวียนในประเทศระหว่างการประชุมกว่า 180 ล้านบาท โดยจากการเจรจาธุรกิจคาดว่าจะมีธุรกิจต่อเนื่องที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศอีกกว่า 1,000 ล้านบาท ไม่นับรวมถึงผลพลอยได้จากการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยของสื่อมวลชนนานาชาติที่เข้าร่วมงานกว่า 140 คนทั่วโลก นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับสิทธิการจัดงานดังกล่าวต่อเนื่องไปอีก 2 ปี จนถึงปี 2555

เพื่อนำเสนอศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางที่โดดเด่น และหลากหลายแห่งหนึ่งของอุตสาหกรรมไมซ์เอเชียให้สอดคล้องกับแคมเปญ Believe in Thailand สสปน. จึงปรับแนวทางการสื่อสารและเนื้อหาที่นำเสนอใน Thailand Pavilion พร้อมจัดทริปเดินทางชมสถานที่จัดงานและสถานที่ท่องเที่ยวหลังเข้าร่วมงานโดยแบ่งเป็น 3 เส้นทาง ได้แก่ เชียงราย หัวหิน-กาญจนบุรี และพัทยา "หลักการของแคมเปญ Believe in Thailand คือ การสื่อสารโดยให้ผู้เดินทางได้ 'สัมผัสกับประสบการณ์จริง' ของประเทศไทย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนักเดินทางธุรกิจผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ และองค์กรต่างๆ มีความมั่นใจว่าประเทศไทยกลับคืนสู่ภาวะปกติ และด้วยบริการที่เป็นเลิศ ความเป็นมืออาชีพ และการต้อนรับอย่างอบอุ่นของคนไทย จะทำให้ประเทศไทยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจไมซ์จากทั่วโลก เราจึงเชื่อมั่นว่า การเปิดตัวแคมเปญในงานนี้จะประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างสูงสุด ส่วนรายละเอียดแคมเปญจะแล้วเสร็จในเดือนหน้าอย่างเป็นทางการ เพื่อนำมาพัฒนากิจกรรมและโปรโมชัน ที่จะพร้อมเปิดตัวในต้นปีหน้า หลังจากแคมเปญ ไทยแลนด์เอ็กซ์โป 2020 เสร็จสิ้นในเดือนธันวาคมนี้" นายอรรถพล กล่าวทิ้งท้าย

TCEB LAUNCHES 'BELIEVE IN THAILAND' CAMPAIGN 2011 AIMS TO RESTORE AND RECONFIRM CONFIDENCE IN THAILAND'S MICE INDUSTRY

The Thailand Convention & Exhibition Bureau enters the 2011 fiscal year with the launch of its main marketing communication campaign for next year, the confidence-boosting "Believe in Thailand" 2011, at the double-bill event, IT&CMA and CTW 2010. The new marketing approach, which is in line with the newly unveiled campaign, has already been applied through the sophisticated presentation of its Thailand Pavilion. This design will be used worldwide at every tradeshow the TCEB attends this year. Meanwhile, marketing initiatives to support the campaign will be ready for implementation this November.

Developed by the TCEB and aimed at restoring Thailand's image as Asia's preferred MICE destination in the wake of the political turmoil this year, "Believe in Thailand" 2011 was conceived from a roadmap, or white paper, drawn up from the issues raised by key players in the Thai MICE industry in close cooperation with the TCEB. Its ultimate aim is to boost international operators' confidence in the Thai MICE industry by showing that MICE in Thailand is now moving forward. It will highlight the country's three major strong points, which cover the countless business opportunities it can offer, Thailand's renowned hospitality and its great variety of amazing tourist attractions. TCEB will be using cluster marketing as an approach to promote the MICE industry in Thailand in line with this campaign.

Investment opportunities and a high return on investment will provide added appeal to this list as Thailand has long proved to be a value-for-money destination, a fact that attracts convention and exhibition organizers. The TCEB hopes these organizers, inspired by the campaign, will help to bring more MICE events and travelers to Thailand. In the longer term, the TCEB continues to aim high and is now preparing to bid for the World Expo 2020, with full support from the government. Feasibility studies into the readiness of the host city are currently being conducted. The short-term plan will include year-round activities for next year.

Akapol Sorasuchart, president of the TCEB, said that the bureau officially launched the campaign at the 18th IT&CMA and 13th CTW 2010 due to its being one of the grandest MICE trade shows in the Asia Pacific. Moreover, since Thailand has been the host of this double event for nine consecutive years, it provided the perfect platform for TCEB to unveil this initiative, which was aimed at convincing MICE operators worldwide to continue to believe in what Thailand had to offer. The bureau is always ready to welcome visitors with open hearts and open arms. Thailand was as capable a host for business events as any other country, and these two events were proof of that.

A prominent platform for MICE buyers and sellers from around the globe to meet and discuss their business, the 18th IT&CMA & 13th CTW 2010 is being held from

October 5-7 at Bangkok Convention Center @ CentralWorld under the theme "Redefining MICE in Asia" as the region surges ahead in its recovery from the world recession.

Despite political uncertainties, this year's participation surpassed last year's record with an increasing number of pre-registered delegates. In addition, CentralWorld shopping complex resumed operation a week prior to the events and clearly reflects the revitalization of Thailand's tourism and MICE industries.

The TCEB expected over 2,500 MICE operators and press members from 54 countries around the world to join the events, which would provide Bt180 million in revenue for the country. Moreover, related businesses that stem from negotiations taking place during the events would generate over Bt1 billion as Thailand would continue to be the host country for IT&CMA and CTW for the next two years.

To better showcase Thailand's preparedness as it aims to maintain its status as one of Asia's MICE preferred destinations, as well as to highlight the newly launched "Believe in Thailand" campaign 2011, the TCEB has adjusted its approach when it comes to the contents and the design of the Thailand Pavilion. Delegates will also have a great chance to get to know Thailand as they take post-show tours to major cities outside Bangkok in three major regions: Chiang Rai, Hua Hin-Kanchanaburi, and Pattaya.

"Basically, 'Believe in Thailand' is about communication mixed with first-hand experience. We want to show business travelers, MICE operators and organizers that Thailand is back to normal, back on track and moving forward together. With top quality service, professionalism and renowned hospitality, I believe Thailand will successfully restore any fading confidence among our target groups. The launch of this campaign will maximize Thailand's well-deserved status as a preferred MICE destination," concludes Akapol, adding that the detailed full communication package to endorse the "Believe in Thailand" campaign 2011 will be ready by next month, while the implementation will commence early next year following the termination of the Thailand Extra Value campaign at the end of December.



สสปน. แนะนำผู้ประกอบการ ใช้ มอก. 22300 รับมือวิกฤตรอบด้าน

จัดสัมมนาในหัวข้อ “4 มาตรการชน:วิกฤต...ฟื้นฟูธุรกิจอย่างยั่งยืน” เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ตระหนักถึงความสำคัญในการมีมาตรการรับมือกับภาวะวิกฤตทุกรูปแบบ ทั้งจากวิกฤตการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม หรือภัยธรรมชาติ เพื่อป้องกันและควบคุมความเสี่ยงและภัยที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง และการฟื้นฟูธุรกิจภายหลังจากวิกฤตการณ์นั้นได้ผ่านพ้นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยดำเนินการตามทศก มอก. 22300-2551

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. กล่าวว่า จากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก และปัญหาการเมืองภายในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนความเชื่อมั่นต่อการประกอบธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทยเป็นอย่างมาก สสปน. ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการไมซ์ มีการเตรียมความพร้อมรองรับวิกฤตการณ์ทุกรูปแบบ เพื่อบริหารจัดการและคลี่คลายสถานการณ์ให้อยู่ในภาวะปกติโดยเร็วที่สุด รวมถึงการฟื้นฟูธุรกิจให้ดำเนินได้อย่างต่อเนื่องหลังจากเกิดภาวะวิกฤต

ดังนั้น สสปน. จึงได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่ในอุตสาหกรรมไมซ์และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญเรื่องการบริหารจัดการวิกฤต จัดสัมมนาเรื่อง “4 มาตรการชน:วิกฤต...ฟื้นฟูธุรกิจอย่างยั่งยืน” เพื่อทำความเข้าใจกับตัวแทนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ เช่น ศูนย์การจัดประชุม สนามบิน บริษัทจัดงาน โรงแรม ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว รถเช่า และ ชีพพลายเออร์รายย่อย ให้ตระหนักถึงความสำคัญในการเตรียมแผนตั้งรับภาวะวิกฤตทุกด้าน ด้วย 4 แผนการป้องกัน (Prevention plan) แผนควบคุม (Control plan) แผนสร้างความต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) และแผนฟื้นฟูหลังการเกิดเหตุ (Recovery Plan) ซึ่งทำได้ด้วยการนำมาตรฐานอุตสาหกรรม หรือ มอก. 22300-2551 ไปใช้ นอกจากนี้ 4 มาตรการดังกล่าว ยังเป็นพื้นฐานสำคัญที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริหารจัดการด้านอื่นๆ เช่น การจัดการกับวิกฤตที่เกิดขึ้น (Crisis Management) การจัดการความเสี่ยงและสิ่งที่คาดเดาได้ยาก (Risk Management) และการจัดการกับสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (Change Management) ซึ่งล้วนเป็นทักษะการบริหารจัดการยุคใหม่ นับเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักของ สสปน. ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วน ด้วยการพัฒนาองค์กร บุคลากร รวมถึงการกำหนดมาตรฐานต่างๆ โดยเฉพาะมาตรฐานในการจัดการกับภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความเชื่อมั่น และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดโลก และส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย

การจัดตั้งมอก. 22300 หรือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย สำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ (MICE Security Management System - MSMS) จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้กับองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ผลักดันให้องค์กรเหล่านั้นสามารถเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับวิกฤตการณ์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สสปน. เชื่อมั่นว่า มอก. 223000 จะช่วยส่งเสริมในเชิงการตลาดแก่ผู้ประกอบการไมซ์ รวมทั้งเป็นการเพิ่มข้อได้เปรียบทางการตลาด และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมการบริหารจัดการด้านมาตรฐานในประเด็นที่ตลาดไม่ซีให้ความสำคัญ คือ มาตรฐานด้านความปลอดภัย อันจะเป็นการสร้างเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้จัดงาน ตลอดจนผู้มาเยี่ยมชมงาน ซึ่งท้ายสุดจะนำไปสู่การยกระดับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ทั้งนี้ สสปน. คาดว่า จะมีผู้ประกอบการไมซ์ตอบรับ และเข้าร่วมโครงการ มอก. 22300 – 2551 อย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การให้คำปรึกษาและจัดฝึกอบรมจากทีมที่ปรึกษา และการขอรับการรับรองจากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) ซึ่งทั้งสองขั้นตอนใช้เวลาในการดำเนินการรวมทั้งสิ้นประมาณ 10-12 เดือน และค่าใช้จ่ายประมาณ 400,000 บาท ซึ่งในปีนี้ทาง สสปน. ยินดีให้การสนับสนุนงบประมาณการเข้าร่วมโครงการในวงเงินไม่เกิน 300,000 บาท (สำหรับสมาชิกของสมาคม TICA และ TEA)

สสปน. ได้เปิดตัว มอก. 22300 – 2551 เมื่อเดือนตุลาคม 2551 โดยประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศแรกของโลก ที่มีมาตรฐานเรื่องความปลอดภัยสำหรับธุรกิจการจัดประชุมและแสดงสินค้า โดยขณะนี้ มีผู้ประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน มอก. การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการแล้ว 3 ราย ได้แก่ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ส่วนที่อยู่ระหว่างรอรับการรับรองจากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ ได้แก่ สยามนิรมิต โรงแรมรอยัลคัลทิฟ บีช รีสอร์ท และศูนย์ประชุมพีช เมืองพัทยา



TCEB URGES OPERATORS TO USE MSMS TO BE PREPARED FOR ALL CRISES

TCEB held a seminar titled “4 measures to tackle crises...sustainable business recovery” with the aim of encouraging all operators to fully realize the importance of Preparations for Crisis Management in dealing with the impacts of political, economic and social crises, in addition to natural disasters. The seminar also explained how operators could achieve business continuity, revive business post-crisis and go back to operating successfully with minimal delays by adopting the MICE Security Management Standard procedures (MSMS 22300-2551).

Management and Change Management, all vital management skills in the new era. Bringing together the public and private sectors for MICE industry development is one of TCEB's core missions. In addition to organizational and human resources, the Bureau aims to develop a crisis management standard that can effectively deal with all situations that are out of the ordinary, a measure that will serve to rebuild confidence and enhance the country's competitiveness on the global market. Eventually, it will help to promote Thailand as a preferred destination for the MICE industry. The MSMS 22300-2008 (MICE Security Management Standard) was initiated in October 2008 with the aim of mitigating loss as well as boosting image and confidence in the organizations concerned. It is also to encourage them to effectively prepare for crises. TCEB remains confident that the MSMS 22300-2008 can help support the promotion of MICE operators, increase their marketing advantage and sharpen their competitive edge. Moreover, the MSMS enhances management standards in regards to security, a factor required in today's MICE market. This in turn serves to build the confidence of organizers and visitors and, in the long term, gives a boost to the overall standards of the entire MICE industry. TCEB expects more and more MICE operators to participate in the MSMS 22300-2008 scheme, which involves two steps: an advisory and training process by the advisory team followed by a submission of application for ISO. It takes 10-12 months to complete the whole process with expenses totalling around Bt400,000. So far, this year, TCEB has provided up to Bt300,000 support for members of TICA and TEA. When the TCEB launched the MSMS in October 2008, it made Thailand the first country in the world to initiate a security standard for the MICE industry. Currently, three operators hold the MSMS: Bangkok International Trade and Exhibition Center (BITEC), Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC) and IMPACT Muang Thong Thani. Operators undergoing the process include Siam Nirarnit, Royal Cliff Beach Resort and Pattaya Exhibition and Convention Hall (PEACH).

A kapol Sorasuchart, TCEB's President, emphasised how the global economic crisis and the country's recent political turmoil had severely affected the security of life and property, and international confidence in Thailand, and acknowledged the importance of TCEB's support in pushing MICE operators to prepare for all types of crises. Good precautionary measures would enable the operators to manage better and return businesses to normal with the shortest possible delay, as well as assist in recovery and ensure continuity in the post-crisis period. As part of this support, TCEB teamed up with leaders in the MICE sector and other related businesses, as well as with crisis management experts, to organize the “4 measures to tackle crises...sustainable business recovery” event. The Bureau found that it needed a broader understanding of the MICE operators concerned, including convention centers, airport, organizers, hotels, restaurants, tourist attraction operators, car rent operators and small suppliers, to introduce the kind of measures that would cover all crises under four plans: prevention, control, business continuity and recovery. These four plans would form the crucial framework and could be applied to other areas, such as Crisis Management, Risk





สสพ. กระตุ้นผู้ใช้บริการ มุ่งเน้นการจัดงานแบบรักษ์โลก

สสพ. จัดโครงการ “Green Meetings, Greening your lifestyle” เมื่อเร็ว ๆ นี้ เพื่อขับเคลื่อนแนวคิด “กรีน มีทติ้งส์” ไปสู่กลุ่ม service buyer หรือ ผู้ใช้บริการการจัดงาน โดยเน้นกลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนภาคประชาชน

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า ตลอดหนึ่งปีที่ผ่านมา สสพ. ได้จับมือกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย มูลนิธิบีบีไม่เที่ยว สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) ผลักดันผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ โรงแรม ศูนย์ประชุม ผู้ให้บริการการจัดงาน รวมทั้งผู้ประกอบการอื่นๆ หันมาปรับปรุงการให้บริการของตนในแนวทางของ “กรีนมีทติ้งส์” จนกระทั่งมีความพร้อมในส่วนของผู้ให้บริการแล้วส่วนหนึ่ง แต่ทางด้านขององค์กรหรือบริษัทต่างๆ ซึ่งเป็นลูกค้าของอุตสาหกรรมไมซ์ยังไม่ค่อยรับทราบเรื่องของ “กรีนมีทติ้งส์” มากนัก

ดังนั้น สสพ. จึงได้ริเริ่มกิจกรรม “Green Meetings, Greening your lifestyle” ขึ้น เพื่อให้กลุ่มผู้ใช้บริการการจัดงานได้เห็นภาพที่ชัดเจนว่า แนวคิดการจัดงานแบบรักษ์โลก สามารถนำไปใช้ได้ทั้งกับการประชุม สัมมนา การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร อย่างเช่น กิจกรรม outing / team building รวมทั้งการจัดงานสังสรรค์ในรูปแบบต่างๆ โดยความต้องการงานในรูปแบบ “กรีนมีทติ้งส์” ของผู้ใช้บริการคนไทยเองก็มีความจำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ เพราะเมื่อผู้ใช้บริการมีความต้องการและเล็งเห็นถึงประโยชน์ของการจัดงานภายใต้แนวคิด “กรีนมีทติ้งส์” ก็จะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาศักยภาพของสินค้า บริการ ให้รองรับความต้องการของลูกค้า จุดประกายให้เกิดความร่วมมือร่วมใจของทุกฝ่ายที่จะส่งเสริม และยกระดับให้ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสายตาของนานาชาติ เสมือนเป็นการสร้างแบรนด์สีเขียวให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร ประธานกรรมการบริหาร บริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด ระบุว่า “ในฐานะผู้บริหารที่พยายามผลักดันเรื่องการใช้นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว เราเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเสมอ ในปีหนึ่งๆ บริษัทฯ มีการจัดงานประชุม และงานสังสรรค์กับผู้บริหารลูกค้า ลูกค้า และพนักงานเป็นจำนวนมาก งานเหล่านี้ถ้าหากเราหันมาใส่ใจในรายละเอียดของกิจกรรมก็จะต้องยอมเพื่อลูกหลานเราในอนาคต เพื่อประเทศ และเพื่อโลก วันนี้

คือที่เราไม่ได้เดินคนเดียว แต่มี สสพ. ที่เป็นแกนกลางสำคัญที่จะช่วยทำให้เรื่อง “กรีนมีทติ้งส์” เป็นจริงได้”

ด้าน เพ็ญสุภา ศษเสณี Social Director แมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ กล่าวว่า “ทุกวันนี้ลูกค้าต่างชาติมีความชัดเจนมากเรื่องความต้องการใช้บริการแบบ “กรีนมีทติ้งส์” ซึ่งทางโรงแรมก็มีความพร้อมในการให้บริการ ในส่วนของลูกค้าคนไทยทางโรงแรมได้เริ่มนำเสนอแนวคิดนี้ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพราะงานแบบ “กรีนมีทติ้งส์” สามารถจัดในแบบที่คงความ Luxury ตามแบบฉบับโอเรียนเต็ลแต่ช่วยลูกค้าประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างการจัดงานในวันเดียวกันก็ยังสามารถใช้ดอกไม้ร่วมกันได้ ลดความฟุ่มเฟือย และช่วยเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วย ทุกวันนี้อาหารของโอเรียนเต็ลก็ทำขึ้นจากผลิตภัณฑ์โครงการหลวงเพื่อเป็นการใช้ของในท้องถิ่น”

สสพ. ได้กำหนดให้ “กรีนมีทติ้งส์” เป็นยุทธศาสตร์หลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยแสดงจุดยืน และความมุ่งมั่นที่จะผลักดันให้นโยบาย “กรีนมีทติ้งส์” เป็นหนึ่งในมาตรฐานสำคัญที่ประเทศไทยจะสามารถแข่งขันกับนานาชาติได้

แนวคิดกรีนมีทติ้งส์สามารถดำเนินการได้ในระดับทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ในปีหนึ่งๆ องค์กรต่างๆ มีการจัดประชุมรวมถึงการจัดกิจกรรมในองค์กรเป็นจำนวนมากซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น วัสดุเหลือใช้จากการจัดงาน สินค้าเหลือทิ้งงาน เกิดมลพิษจากการเดินทางขนส่ง การนำแนวทางการปฏิบัติตามหลัก “กรีนมีทติ้งส์” ไม่ว่าจะเป็นการเลือกสถานที่จัดงานที่ให้บริการ การหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์จากโฟมและพลาสติกในการจัดตกแต่งสถานที่หรือจัดดอกไม้ การเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้กระดาษ การนำจากและป้ายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมมาใช้ซ้ำ การมีระบบคัดแยกขยะ นับเป็นแนวปฏิบัติเบื้องต้นที่ทุกหน่วยงานสามารถดำเนินการได้ หากคุณต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดงานในรูปแบบ “กรีนมีทติ้งส์” สามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมที่ www.greenmeetingsthailand.com



TCEB ENCOURAGES BUYERS TO EMPHASIZE GREEN MEETINGS

The TCEB recently organized “Green Meetings, Greening your Lifestyles” to introduce the Green Meetings concept and to encourage service buyers, as well as public and private organizations and the general public, to be more aware of the environment.

buyers that the concept can be applied to various operations, including meetings and corporate events such as outdoor team building, as well to other creative endeavours.

As the demand for green meetings grows, MICE operators will in turn be stimulated to develop products and services that match customers' needs. This will help build unity among all parties and enhance the country's international image with respect to environmental conservation. It will also create a green brand for Thailand's MICE industry.

Kobkam Wattanavrangkul, Chairperson of Toshiba Thailand, said that, in her capacity as an executive, she has always encouraged the use of environmentally friendly products and services. The company makes a point of choosing service providers who show concern for environmental protection.

“Each year, the company holds meetings for its dealers, customers and employees. Although green meetings can result in higher costs, the company has to accept these for the sake of our children, as well as for the country and the planet. Today, we are glad to note that we are not walking alone but that TCEB also is there as a prominent central body that is making green meetings a reality,” said Kobkam.

Pensupa Gajasesi, social director of The Mandarin Oriental Bangkok, said that international clients today demand green meeting services and that the hotel is always ready to meet this requirement. For local guests, the hotel makes a habit of operating under the green meeting concept while still retaining the luxury that is truly Oriental in style.

The hotel helps clients save costs on, for example, engagement and wedding ceremonies held on the same day by suggesting that the client use the same set of floral displays for both events, which reduces costs and helps protect the environment. In addition, the hotel's menus are created from fresh products grown on farms under the Royal projects.

TCEB has set the “Green Meeting” as a basic standard for the Thai MICE industry, thus enhancing the country's competitiveness in the international arena.

Akapol pointed out that the Green Meetings concept could be adopted for both internal and external operations. Each year, organizations and companies hold a plethora of corporate activities that affect the environment, causing energy to be wasted and pollution to be created.

Implementing the Green Meetings guidelines to choose the event venue, avoiding the use of foam or plastic to decorate the venue or opting for flowers, using online information instead of paper, reusing backdrops and delegate name badges, and opting for a garbage separation system, are simple practices that every organization should adopt.

Interested in taking part in a Green Meeting?

Then visit www.greenmeetingsthailand.com.

According to TCEB President Akapol Sorasuchart, over the past year the Bureau has teamed up with the Thailand Environment Institute, the Green Leaf Foundation, the Thai Exhibition Association (TEA) and the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) to encourage MICE operators, such as convention centers and event organizers, to improve their operations in accordance with the Green Meetings guideline. While some operators are ready to implement the green meeting process, most organizations and companies, many of them the end users of MICE services, do not understand the green concept.

The “Green Meetings, Greening your lifestyle” activity aimed to show service



สสพ. เดินหน้าโครงการ Connections Plus

กลุ่มผู้ซื้อทั่วโลกขานรับเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

สสพ. ได้ดำเนินโครงการ Connections Plus อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี หลังประสบความสำเร็จตลอด 5 ปีที่ผ่านมา จนเป็นที่ยอมรับจากเครือข่ายผู้ประกอบการทั่วโลก โดยมุ่งเน้น ขยายโอกาสทางธุรกิจการจัดประชุม สัมมนา และบริการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับผู้เดินทางกลุ่มไปชมงานกิจกรรมดูงานและทัศนศึกษาในหลากหลายพื้นที่หลักในประเทศไทย อันได้แก่ เชียงใหม่ ภูเก็ต หัวหิน/ชะอำ พัทยา ตราด จาก 5 ปี ที่ผ่านมามีแนวโน้มสินค้าด้านการประชุมและบริการที่เกี่ยวข้อง

ปฏิทิน บุนนาค รักษาการผู้อำนวยการ ฝ่ายการจัดประชุมและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล สสพ. กล่าวว่า “ได้จัดโครงการ Connections Plus 2010 เมื่อวันที่ 18-22 สิงหาคม 2553 ภายใต้แนวคิดที่สอดคล้องกับแผนการตลาดประจำปี 2552-2553 คือ Thailand, Maximize Your Inspiration ผสมผสานกับแคมเปญเพื่อสร้างความเชื่อมั่นประเทศไทย Believe in Thailand โดยเชิญผู้ซื้อกลุ่มบริษัท สื่อมวลชน ผู้วางแผนและผู้จัดการประชุมที่มีศักยภาพ จำนวน 65 คน จาก 12 ประเทศ อาทิ เช่น ญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส รัสเซีย ฯลฯ เข้าร่วมกิจกรรมดูงานและทัศนศึกษา โดยแบ่งเป็นสองกลุ่ม เพื่อไปร่วมกิจกรรมที่ภูเก็ต และ เชียงใหม่ ซึ่งเป็นมหานครแห่งใหม่ โดยมีผู้ประกอบการภาคเอกชนของไทยเข้าร่วมโครงการกว่า 100 รายทั่วประเทศ”

ในการจัดกิจกรรมดังกล่าว สสพ. ได้นำเสนอภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในแง่ของศักยภาพและความพร้อมในการให้บริการ เช่น สถานที่ในการจัดกิจกรรม สินค้าและบริการ แคมเปญส่งเสริมการขาย รวมถึงประสบการณ์ตรงจากกรทดลองใช้สินค้าและบริการ โดยการทำเสนอในรูปแบบที่พิเศษ มีความโดดเด่น แปลกใหม่ และมีศักยภาพในการรองรับการจัดกิจกรรม และตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ยังได้จัดกิจกรรมเจรจาแนะนำธุรกิจ (Business-Matching Session/ Table-top Presentation) ทั้งที่ ภูเก็ต และเชียงใหม่ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่นโดยตรง นอกเหนือจากการจัดในกรุงเทพมหานคร และยังใช้เป็นโอกาสในการแนะนำสินค้าและบริการใหม่ๆ (Product Update) ในประเทศไทยให้แก่กลุ่มผู้ซื้อได้อย่างเต็มที่ ซึ่งปรากฏว่า มีผู้ประกอบการจากภาคเอกชนในท้องถิ่นสนใจเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก

ขณะเดียวกัน ผู้เข้าร่วมโครงการยังได้สัมผัสกับประสบการณ์ตรงในสถานประกอบการโรงแรม สถานที่จัดประชุมและบริการที่เปิดตัวใหม่ เช่น โรงแรมสยามเคมปินสกี (Siam Kempinski Bangkok), โรงแรมเรอเนสซองซ์ กรุงเทพฯ (Renaissance Bangkok) โรงแรมเวสทิน สิริเรย์เบย์ รีสอร์ท แอนด์ สปา ภูเก็ต (The Westin Siray Bay Resort & Spa, Phuket) และยังมีกิจกรรม Show case, Themed Party เพื่อนำเสนอวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ในสถานที่ที่สามารถจัดงานพิเศษเฉพาะกลุ่มได้ ส่วน Grand Finale ได้จัดงานอย่างยิ่งใหญ่ที่พระราชวังพญาไท เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพที่ประเทศไทยเหนือจากคู่แข่งประเทศอื่นๆ

“โครงการ Connections Plus นับเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดี จากผู้ประกอบการไมซ์ และหน่วยงานพันธมิตรภายใต้ Thai Team Thailand เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย) (ทีก้า) บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นต้น และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย ว่าเป็นงานที่ต้องการจะเข้าร่วมในปีต่อ ๆ ไป ทั้งนี้ สสพ. ได้กำหนดการเบื้องต้นสำหรับการจัดโครงการ Connections Plus 2011 2554 ระหว่าง 7-11 กรกฎาคม 2554 โดยคาดหวังว่า โครงการนี้ออกจากจะก่อให้เกิดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินแผนการตลาดเชิงรุกอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังเป็น ประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการจัดประชุมสัมมนา อาทิ สายการบิน ผู้ประกอบการนำเที่ยวและการประชุม ผู้ประกอบการการเดินทาง และขนส่ง โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า แหล่งบันเทิงและสถานการ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวและศูนย์ประชุมต่างๆ ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน และผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมปลายทางทั้งหมด นายปฏิทิน บุนนาค กล่าวสรุป

TCEB MOVES FORWARD WITH THE CONNECTIONS PLUS PROJECT

GLOBAL BUYERS RESPOND BY CONTINUOUSLY JOINING THE EVENT

Following its success over the past five years and the continuously good response from buyers worldwide, the TCEB is planning to continue its Connections Plus programme on an annual basis. The project aims to widen MICE opportunities among business travelers through familiarization trips. Since its introduction five years ago, the bureau has organized Connections Plus activities in major destinations all over the Kingdom including in Chiang Mai, Phuket, Hua Hin/Cha-am, Pattaya and Trat, placing emphasis on both products and services.

According to Puripan Bunnag, senior manager and acting director for TCEB's meetings and incentives department, Connections Plus 2010 was held between August 18 and 22, 2010 on a theme parallel to the 2009-2010 marketing plan "Thailand, Maximize Your Inspiration" and on the concept "Believe in Thailand" to boost confidence in the country. The bureau invited 65 guests from among corporate buyers, the media and potential meeting planners and organizers from 12 countries, among them Japan, China, Singapore, Australia, France and Russia to join the trip. The visitors were separated in two groups and joined events in two MICE cities, Phuket and Chiang Mai, along with more than 100 participants from local operators.

At the event, TCEB gave an overview of Thailand's MICE industry, with particular reference to the potential and readiness of venues, products and services as well as promotional campaigns. Participants offered direct experience through products and services as well as special offers that were distinctive, novel and provided proof of capability in terms of facilitating events and meeting the visitors' demands.

A Showcase and Theme Party introduced the unique local cultures of venues capable of organizing special events for particular groups. A magnificent Grand Finale party was organized at Phiyathai Palace and clearly displayed Thailand's advantages over its rivals.

The Connections Plus project has enjoyed success over the last five consecutive years, thanks to great support from MICE operators and such strategic partners on Team Thailand as the Tourism Authority of Thailand, the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) and Thai Airways International. The project also received a good response from target buyers who showed interest in joining the events in the years to come.

The TCEB also held Business-Matching Sessions/Tabletop Presentations in Bangkok as well as in Phuket and Chiang Mai to create direct business opportunities for local operators. These proved effective channels in introducing updated products and services to buyers. Significantly, many operators were interested in participating in these activities.

Participants also experienced newly opened hotels and convention halls such as the Siam Kempinski Bangkok, the Renaissance Bangkok Ratchaprasong, and The Westin

For next year, the TCEB has set a tentative programme for the Connections Plus 2011 familiarization trip between July 7 and 11, 2011.

"The TCEB expects that this project will not only facilitate integration between public and private sectors and help create an aggressive and effective marketing strategy, but also benefit private operators in the tourism sector and the MICE industry. This includes airlines, travel agencies, organizers, transporters, hotels & resorts, restaurants, shopping centers, entertainment and recreation venues, tourist destinations and convention centers operated by the public and private sector, as well as all operators in the downstream industry," said Puripan.

สสปน. ริเริ่มโครงการ คอนเวนชันเดย์ ปูทางสู่การ พัฒนาอุตสาหกรรม จัดประชุมนานาชาติ

สสปน. จัดการสัมมนาวิชาการด้านการจัดประชุมนานาชาติ ครั้งที่ 1 ภายใต้หัวข้อ “การประชุมนานาชาติก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน” เมื่อเดือนกันยายน 2553 โดยหวังให้เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนของเครือข่ายองค์กรกลุ่มเป้าหมายเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ

สุภา โมฬีรัตน์ ผู้อำนวยการ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ กล่าวไว้ว่า สสปน. ได้ริเริ่มโครงการ “สัมมนาวิชาการด้านการจัดประชุมนานาชาติ ครั้งที่ 1” ขึ้น โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สมาคม สถาบันการศึกษา องค์กรภาครัฐและเอกชนจำนวนกว่า 150 คนที่มีกำหนดจัดการประชุมนานาชาติ หรือวางแผนที่จะประมูลสิทธิ์การจัดการประชุมนานาชาติมาจัดในประเทศไทย เข้าร่วมงาน

การจัดสัมมนาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดประชุมนานาชาติ บทบาทและความสามารถในการให้การสนับสนุนของฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ และภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายเพื่อใช้เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้มีประสบการณ์ในการจัดการประชุมนานาชาติ ซึ่งนำไปสู่วางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ พร้อมกับเสริมสร้างศักยภาพในการประมูลสิทธิ์ และการจัดประชุมนานาชาติให้กับองค์กรเป้าหมาย โดย สสปน. คาดหวังว่าการริเริ่มโครงการดังกล่าว จะนำไปสู่การพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติของไทยให้เข้มแข็งขึ้น

ทั้งนี้ การจัดสัมมนาภาคเช้า เป็นการบรรยายภาพรวมถึงทิศทางอุตสาหกรรมไมซ์ ผลการวิจัย สถิติต่างๆ แนวโน้มเกี่ยวกับการจัดประชุมนานาชาติในอนาคต และการบรรยายพิเศษจากวิทยากรรับเชิญ ส่วนภาคบ่ายเป็นการประชุมกลุ่มย่อย 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการจัดประชุมนานาชาติเพื่อเรียนรู้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการประมูลสิทธิ์ความรู้เกี่ยวกับบริษัทรับจัดประชุม (PCO: Professional Convention Organization) และเทคนิคการตลาดการประชุมนานาชาติ ซึ่งมีตัวแทนหน่วยงานชั้นนำที่มีศักยภาพในการจัดประชุมนานาชาติมาแข่งขันประสบการณ์

อีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มที่ต้องการพื้นฐานเบื้องต้นในการจัดประชุมนานาชาติ ซึ่งอธิบายตั้งแต่องค์ประกอบของการจัดประชุมและการบริหารจัดการในทุกส่วน เทคนิคการใช้ PCO รวมทั้งทำความรู้จักกับ DMC (Destination Management Company) และ EMC (Event Management Company)

“ปัจจุบันนี้ หลายองค์กรมีเป้าหมายที่จะเสนอตัวเป็นเจ้าของภาพในการจัดการประชุมนานาชาติ จนกลายเป็นเคพีไอซีวีดับทาทการทำงานไปแล้ว โดยเฉพาะองค์กรของรัฐ สถาบันการศึกษาต่างๆ ดังนั้นความรู้และพื้นฐานที่ดีในการจัดประชุมนานาชาติจึงเป็นภาระกิจหลักที่ สสปน. จะต้องเร่งให้ความรู้ เพราะนอกจากการจัดประชุมจะนำรายได้มหาศาลเข้าประเทศแล้ว บุคคลากรของประเทศไทยจะได้รับประโยชน์มากมาย ทั้งองค์ความรู้ใหม่ในการแลกเปลี่ยนความรู้จากนานาประเทศ, การเกิดสังคมความรู้, สร้างแรงบันดาลใจใหม่ๆ, เปิดโอกาสให้ต่างชาติได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทย และมาตรฐานการจัดการประชุมของไทยให้ดีขึ้น” สุประภา กล่าว

ในขณะเดียวกัน สสปน. ได้เปิดตัว “Convention Manual” คู่มือการจัดประชุมนานาชาติในรูปแบบซีดีรอม เพื่อเป็นเครื่องมือที่จะทำให้อุตสาหกรรมหรือผู้จัดการประชุมทั้งในและต่างประเทศที่มีความสนใจจะจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ได้รับทราบข้อแนะนำเกี่ยวกับกฎระเบียบ และบริการต่างๆ เกี่ยวกับการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย



TCEB INITIATES CONVENTION DAY PAVING THE WAY TO THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL CONVENTION INDUSTRY

In September 2010, TCEB held the first Convention Day, a seminar on the topic “International Conventions, Moving Forward Sustainably” with the goal of creating a platform for the exchange of ideas between target network groups, and developing and strengthening the potential of the international convention industry.

Suprabha Moleeratanond, TCEB's Convention Director, said that the Convention Day drew together more than 150 participants from associations, educational institutes, and public and private organizations planning to organize international conventions or preparing to bid to host conventions in Thailand.

The seminar aimed to enhance knowledge and understanding among organizations about international conventions, the role and capabilities of TCEB's Convention department and all concerned parties.

A secondary purpose of the seminar was to serve as a stage for individuals with experience in organizing international conventions to exchange ideas. This will hopefully lead to the formulation of a convention industry development plan and also enhance the potential of the target groups for bidding to host international conventions. The Bureau expects this new initiative to assist in strengthening the international convention industry's network.

The morning session featured an overview of MICE industry trends, research, statistics and future prospects for international conventions, as well as lectures. The afternoon session divided participants into two focus groups. One group with experience in hosting conventions was given in-depth information about bidding, professional convention organizations (PCO) and convention marketing techniques. Representatives from leading organizations in this field acted as guest speakers, sharing experiences and holding a discussion titled, “How to win international convention bidding.”

The second group, who required basic information on organizing conventions, ranging from structure, management in all departments, techniques to use, PCO, and the role of the DMC (Destination Management Company) and the EMC (Event Management Company).

“Currently, many organizations are aiming to submit proposals to bid to host an international convention. Such proposals involve KPI, an indicator used to evaluate performance, especially for state agencies and educational institutes. It therefore falls to TCEB to do everything in its power to increase knowledge about the basics for organizing successful conventions. Not only is the huge revenue they generate important for the country, but these conventions contribute a great deal to Thailand's human resources, bringing in new knowledge through the exchange of ideas with international counterparts, creating a more knowledgeable society, and offering inspiration. Moreover, the conventions open the doors to foreigners to learn more about Thai culture and Thailand's convention standards,” said Suprabha.

TCEB has also launched a Convention Manual, available on CD, for both local and international buyers. This tool offers anyone interested in organizing a convention in Thailand information about the country's rules and regulations.

