

TCEB NEWSLETTER

www.tceb.or.th • Issue 41 • Mar-Apr 2015

TCEB CALL CENTER 1105



THAILAND'S MICE UNITED II
เดินหน้าประเทศไทย
ร่วมใจธุรกิจไมซ์สู่ AEC



4-7 THAILAND'S MICE UNITED II



8-9 TAPPING QUALITY OCEANIA MARKET THROUGH CSR



10-11 TCEB'S NEW AGGRESSIVE ONLINE MARKETING PLAN



12-15 FOUR KEY PLANS SET TO STIMULATE D-MICE 2015



16-17 CHIANG MAI STRATEGIC PARTNER NETWORK EXPANDED



18-19 TCEB AIMS TO TAP QUALITY CHINESE CORPORATE MARKET



20 TCEB SUPPORTS YOUTH LEARNING CENTRE NORTHEASTERN STRATEGIC PARTNERSHIPS ESTABLISHED



THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU

TCEB Newsletter

Corporate Communications Division
Marketing and Corporate Image Department

Editorial Staff:

Director: Parichat Svetasreni

Senior Manager: Arisara Thanuplang

Manager: Pishnu Plaikaew

Manager: Kanokwan Kadeedang

Executive: Kwanchanok Otton

Thailand Convention & Exhibition Bureau
(TCEB)

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

Tel: +66 2 694 6000

Fax: +66 2 658 1411

E-mail: info@tceb.or.th

TCEB CALL CENTER 1105

President: Pana Janviroj

Editor: Patcharee Lueng-uthai

E-mail: patcharee@nationgroup.com

Contributors: Suchat Sritama,
Kwanchai Rungfapaisarn

Copy Editor: The Nation's sub-editors

Art Director: Niphon Appakarn

Photos: TCEB, Nation photographers

Vice President – Supplement:

Ratchanee Kaewyai

Tel: (02) 338 3563

E-mail: ratchanee@nationgroup.com

Publisher: Nation Multimedia Group Plc

on behalf of Thailand Convention & Exhibition
Bureau (TCEB)

1854 Bangna-Trad Rd, Bangna, Bangkok 10260
Thailand

Printed by: WPS (Thailand)

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

Tel: (02) 338 3000



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่านวารสาร ทีเส็บ ทุกท่าน

ในช่วงไตรมาสที่สองของปีงบประมาณ 2558 ทีเส็บ ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์การตลาด 4Ps หรือ Public – Private – People – Partnership โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเปิดตัวโครงการ “Thailand’s MICE United ปี 2 ภายใต้แนวคิด “เดินทางประเทศไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์สู่ AEC” ซึ่งเป็นหนึ่งในความสำเร็จอย่างเด่นชัดของการผนึกกำลังระหว่าง 9 หน่วยงานพันธมิตรจากภาครัฐและเอกชน

ทีเส็บได้เดินทางสานต่อโครงการ Thailand’s MICE United ปีที่ 2 โดยมุ่งเน้นดึงดูดกลุ่มนักธุรกิจไมซ์คุณภาพ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย พร้อมส่งเสริมให้ไทยเป็น TOP OF MIND ของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย โดยปีนี้ ทีเส็บ เริ่มดำเนินโครงการด้วยการจับมือกับ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เปิดตัว Thailand CONNECT Welcome Package เพื่อเป็นข้อเสนองานในการจูงใจผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ให้เข้ามาจัดงานและร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยมากขึ้น

สำหรับหนึ่งในตลาดเป้าหมายหลัก อย่างภูมิภาคเอเชียเนียบ โดยเฉพาะประเทศออสเตรเลีย ถือเป็นตลาดที่มีแนวโน้มสดใส ดังนั้น ทีเส็บ จึงนำทีมผู้ประกอบการไมซ์ไทย เข้าร่วมงานเทรดโชว์อุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแห่งเอเชีย-แปซิฟิก หรือ AIME 2015 (The Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo) พร้อมเปิดตัวแคมเปญ Thailand CONNECT The World อย่างเป็นทางการในออสเตรเลีย หวังเจาะตลาดคุณภาพจากกลุ่มประเทศโอเชียเนีย

ในขณะเดียวกัน ทีเส็บ ยังได้จัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ระหว่างหน่วยงานพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อจัดทำแผนงานส่งเสริมการตลาดจีนในกลุ่มลูกค้าองค์กรที่มีกำลังซื้อสูง พร้อมกับสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางระดับพรีเมียมสำหรับกลุ่มการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

พร้อมกันนี้ กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ก็มีความเข้มข้นมากขึ้นเช่นเดียวกัน โดยทีเส็บ ได้เร่งพัฒนาการตลาดออนไลน์ ได้แก่ แผนการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์รวมข้อมูลการจัดงานไมซ์ครบวงจร และพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต แผนการจัดทำสื่อการตลาดและการขายแบบดิจิทัล และแผนงานกิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

สำหรับแคมเปญการตลาดออนไลน์ที่สำคัญในปีนี้ ทีเส็บ ได้ร่วมมือกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และ บริษัท วิซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล เอเชีย-แปซิฟิก แอลแอลซี เดินทางแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2015 ปีที่ 2 พร้อมนำเสนอสิทธิพิเศษของสินค้าและบริการ ตลอดจนโปรแกรม Meeting Package ขยายกลุ่มเป้าหมายไมซ์ครอบคลุมทั้งกลุ่มผู้เข้าร่วมงานประชุมและร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ รวมถึงกลุ่ม VISA Commercial Card ในประเทศไทย

ด้านแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ ปีงบประมาณ 2558 นี้ ทีเส็บ ยังคงดำเนินงานตามกรอบกลยุทธ์องค์กร 4Ps โดยได้เปิดตัวแคมเปญ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” พร้อมกับการจัดงาน 2nd Thailand Domestic MICE Mart หรืองานไทยแลนด์ ไมซ์มาร์ท ครั้งที่ 2 ณ กรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ ในช่วงเดือนมีนาคมที่ผ่านมา

นอกจากกิจกรรมดีไมซ์ที่เชียงใหม่แล้ว ทีเส็บ ยังได้ลงนามความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในเชียงใหม่ เพื่อร่วมกันพัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ภาคเหนือ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันเชียงใหม่ให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับภูมิภาค

ทั้งนี้ MICE Intelligence Centre ยังนับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างไมซ์ไทยให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลและงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อร่วมกันพัฒนาศูนย์กลางข้อมูลไมซ์ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยโดยรวม

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

During the second quarter of the 2015 fiscal year, TCEB organised various activities within the framework of the 4Ps marketing strategy (Public-Private-People-Partnership), most notably the launch of Thailand’s MICE United II campaign on the theme “Moving Thailand forwards with MICE United for AEC”. This campaign marks the successful collaboration of 9 strategic partners from the public and private sectors.

The bureau is now moving forward with the Thailand’s MICE United campaign, which aims to attract quality MICE business travellers, drive the growth of Thailand’s MICE industry and promote Thailand as a Top of Mind MICE destination in Asia.

TCEB kicked off the campaign by teaming up with True Corporation Public Company Limited and Bangkok Mass Transit System Public Company Limited to introduce the Thailand CONNECT Welcome Package both as an incentive to business travellers to hold events in Thailand and for MICE travellers.

Oceania, and especially Australia, is a market with bright prospects. With this in mind, TCEB led Thai MICE operators to participate in AIME 2015 (The Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo). The bureau also officially launched the Thailand CONNECT The World campaign in Australia with the aim of tapping into the quality Oceania market.

In another move, the bureau set up a Focus Group among its strategic partners to create a marketing promotion plan to penetrate the high-quality corporate Chinese market and enhance Thailand’s image as a premium destination for meetings and incentives travel.

The online marketing strategy has also become more aggressive. TCEB is speeding up the development of this strategy through 3 major action plans, namely the development of Thailand’s MICE web portal including applications for smartphones and tablets; online marketing tools and digital sales kits; and marketing activities and public relations via social media.

This year’s major online marketing campaign has seen TCEB enter into partnership with the Tourism Authority of Thailand, Thai Airways International Public Company Limited, Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce, and Visa International (Asia-Pacific), LLC to extend the “Spice Up Your Business Agenda” for a second year.

This year’s campaign offers special privileges and a Meeting Package programme, extending the coverage of MICE target groups to include meeting delegates and exhibition visitors as well as local Visa commercial cardholders.

In terms of the D-MICE strategic development plan in the 2015 fiscal year, the bureau is continuing its operations in line with the corporate strategy of the 4Ps, starting with the launch of “Meetings in Thailand” campaign and the holding of the 2nd Thailand Domestic MICE Mart in Bangkok and Chiang Mai in March.

In addition to the D-MICE activity in Chiang Mai, the bureau also signed a memorandum of understanding with strategic partners in Chiang Mai to jointly develop the Northern MICE Intelligence centre, which is regarded as an integral tool in promoting Chiang Mai as a regional MICE destination.

The MICE Intelligence Centre will play a key role in strengthening Thailand’s MICE industry and it is essential that TCEB establishes local and international strategic partners in the fields of data and research in order to develop the quality of and ensure an effective MICE Intelligence Centre for the MICE industry as a whole.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB)

ขยายโครงการ Thailand's MICE United เปิดตัว Thailand CONNECT Welcome Package เพิ่มนักเดินทางกลุ่มไมซ์



จากความสำเร็จในการร่วมมือกันระหว่าง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ กับ 4 หน่วยงานพันธมิตร ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ในย่านราชประสงค์ ริเริ่มโครงการ “Thailand's MICE United : พื้นที่เศรษฐกิจไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์” ในปีที่ผ่านมา ปีนี้ ทีเส็บ ขยายโครงการ Thailand's MICE United ปี 2 ภายใต้แนวคิด “เดินทางประเทศไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์สู่ AEC” เพื่อเตรียมความพร้อมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

นายพรรัตน์ เมธาวิกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเส็บ เปิดเผยว่า ทีเส็บสานต่อโครงการ Thailand's MICE UNITED ปีที่ 2 มุ่งเน้นการนำเสนอความพร้อมของประเทศไทยในการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยทีเส็บกำหนดกลยุทธ์มุ่งเน้นการดึงดูดกลุ่มนักธุรกิจไมซ์คุณภาพเพื่อขับเคลื่อน

การเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย พร้อมส่งเสริมให้ไทยเป็น TOP OF MIND ของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย

การเดินทางโครงการ Thailand's MICE United ปี 2 สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาด 4Ps หรือ Public – Private – People – Partnership ซึ่งเป็นโครงสร้างการบริหารความร่วมมือในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ตามกลยุทธ์การตลาดร่วมกับพันธมิตรกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความตระหนักรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งภาครัฐ เอกชน และการมีส่วนร่วมของประชาชน

นอกจาก 4 หน่วยงานพันธมิตรดังกล่าว ทีเส็บ ได้ขยายความร่วมมือกับอีก 5 องค์กร ได้แก่ กลุ่มพันธมิตรการตลาดโรงแรมริมน้ำเจ้าพระยา (Bangkok Riverside Marketing Partnership) บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) เพื่อร่วมกับผลักดันโครงการ



Thailand's MICE UNITED ปีที่ 2

ทั้งนี้ ทีเส็บ เริ่มดำเนินโครงการด้วยการจับมือกับ บริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เปิดตัว Thailand CONNECT Welcome Package เพื่อเป็นข้อเสนอในการจูงใจผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ให้เข้ามาจัดงานและร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย เพิ่มจำนวนนักเดินทาง ตลอดจนเพิ่มรายจ่ายต่อหัวของนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก

แพ็คเกจประกอบด้วย บัตรโดยสารรถไฟฟ้า BTS Connect SmartPass ประเภทดิมเงิน สกรีนลาย Thailand CONNECT และ Free WiFi Trial by TrueMove H จำนวน 1 ชั่วโมงต่อวัน โดยสามารถเชื่อมต่อจุดให้บริการ True WiFi กว่า 100,000 จุดทั่วประเทศ ต่อยอดการเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการเชื่อมโยงทุกความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ในภูมิภาคอาเซียน

ระยะเริ่มต้น ทีเส็บ ได้จัดทำแพ็คเกจส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 15,000 ชุด แบ่งเป็นเพื่อส่งเสริมการตลาดต่างประเทศของกลุ่มที่ผ่านการสนับสนุนโดยทีเส็บจำนวน 12,000 ชุด ครอบคลุมกลุ่มตลาดการประชุมนานาชาติ และตลาดการแสดงสินค้านานาชาติ และเพื่อการประชาสัมพันธ์แพ็คเกจการสนับสนุนของทีเส็บ ผ่านสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และสื่อมวลชนทั้งภูมิภาคเอเชีย ยุโรป และอเมริกา รวมทั้งสิ้น 3,000 ชุด

นายกัณพศ์ พัฒนมาศ รองผู้อำนวยการด้านธุรกิจโมบายล์ บริษัท ทูรคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ทีเส็บ และพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการนำเสนอบริการและสิทธิประโยชน์ให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยทุกฝ่ายจะทำงานร่วมกันอย่างเข้มแข็งเพื่อแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทย

เป็นจุดหมายปลายทางที่เหมาะสมสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในทุกด้านอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก สถานที่จัดงานประชุม การคมนาคมขนส่ง และบริการการสื่อสารที่มีมาตรฐานระดับโลก นายสุรเชษฐ์ แสงโยสสวัสดิ์ ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ในระยะเวลาอันใกล้ การใช้ตัวร่วมในการเดินทางเข้าสู่ระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ จะทำให้สะดวกขึ้น ในขณะเดียวกัน บีทีเอส กำลังพัฒนาโครงการ Super Skywalk เพื่อเชื่อมทางเดินเข้าอาคารศูนย์การค้าในย่านชิดลม สยามสแควร์ ปทุมวัน และประตูน้ำ

ทีเส็บยังมีกิจกรรมที่ต้องเร่งดำเนินงานภายใต้โครงการ Thailand's MICE United ปีที่ 2 อีกหลากหลายกิจกรรมประกอบด้วย การจัด Thailand MICE Roadshow ไปยังตลาดเป้าหมาย 3 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น เยอรมัน และจีน ระหว่างเดือนเมษายน-กันยายน การจัดกิจกรรม Media Familiarization Trip สำหรับสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ มุ่งเน้นประชาสัมพันธ์ไมซ์ซิตี้ทั้ง 5 เมือง ระหว่างเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคมนี้ และการจัดงาน Thailand's MICE Award Charity Dinner สร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการไมซ์ผ่านกิจกรรม CSR แก่ภาคประชาชน ในปลายปีนี้ โดยคาดว่าจะจากการจัดกิจกรรมภายใต้โครงการทั้งหมดจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักเดินทางกลุ่มไมซ์ได้ไม่ต่ำกว่า 1,000,000 คน

“ปี พ.ศ. 2558 ทีเส็บคาดว่าจะมีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งหมดรวม 1,036,300 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และมีรายได้ 106,780 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา รวมทั้งยกระดับตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทย มุ่งสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย” นายณพรรัตน์ กล่าวสรุป



THAILAND'S MICE UNITED II STRENGTHENING PUBLIC-PRIVATE COLLABORATION FOR AEC



Following the successful collaboration between the Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB and four strategic partners, namely including the Ministry of Foreign Affairs, the Tourism Authority of Thailand, Thai Airways International PLC and the Ratchaprasong Square Trade Association in introducing the Thailand's MICE United campaign last year, TCEB is extending the second edition of the strategic collaborative framework under the theme 'Thailand Moving Forwards with MICE United for the AEC'. The campaign is designed to prepare Thailand's MICE industry for economic integration of the ASEAN Economic Community in late 2015.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, TCEB's President, explains that the bureau has recently introduced the second year of the Thailand's MICE

United campaign to strengthen Thailand's leadership position and emphasise Thailand's readiness for the AEC. In addition, the bureau has redefined the strategy and the main focus is now on high-quality MICE travellers. This aims to drive the MICE industry forward and promote Thailand as "Top of the Mind" among MICE destinations in Asia.

The extension of Thailand's MICE United II is in line with TCEB's 4Ps (Public-Private-People-Partnership) strategic approach, a collaborative framework designed to promote MICE business through joint marketing activities with strategic partners. The model will create participation in and awareness of the MICE industry among the target parties in the public and private sectors as well as among the general public.

Besides the four founding 4 partners, the bureau has expanded the



Mr. Nopparat



Mrs. Supawan



Mr. Pakpong



Mr. Surachet

collaboration to include an additional five strategic partners, namely Bangkok Riverside Marketing Partnership, Bangkok Transit System PLC, True Corporation PLC, the Thailand Incentive and Convention Association, and the Thai Exhibition Association in promoting Thailand's MICE United II.

Kicking off the campaign this year, TCEB in partnership with True Corporation PLC and Bangkok Mass Transit System PLC to introduce the Thailand CONNECT Welcome Package as an incentive both for organisers to hold the events in Thailand and for MICE travellers. The campaign aims to increase the number of MICE visitors from all over the world as well as the average spending per head.

The package comprises a BTS Connect SmartPass, a stored value card with the Thailand CONNECT screen and a one-hour Free WiFi Trail by TrueMove H per day. Cardholders can connect at more than 100,000 True WiFi spots nationwide, thus underlining Thailand's strategic location as a hub connecting Asia with business success.

Preliminary, TCEB has prepared a total of 15,000 Thailand CONNECT Welcome packages, of which 12,000 sets will be used as international marketing support for corporate meetings, incentives travel, conventions and international exhibitions, as well as to promote TCEB's support through the Thailand Incentive and Convention Association and the Thai Exhibition Association. The remaining 3,000 sets will be used for public relations purposes and distributed to members of the press throughout Asia, Europe and the US.

Mr. Pakpong Pattanamas, True Corporation Plc's Deputy Director for Mobile Office/Mobile Strategy, explains that the TCEB and its participating

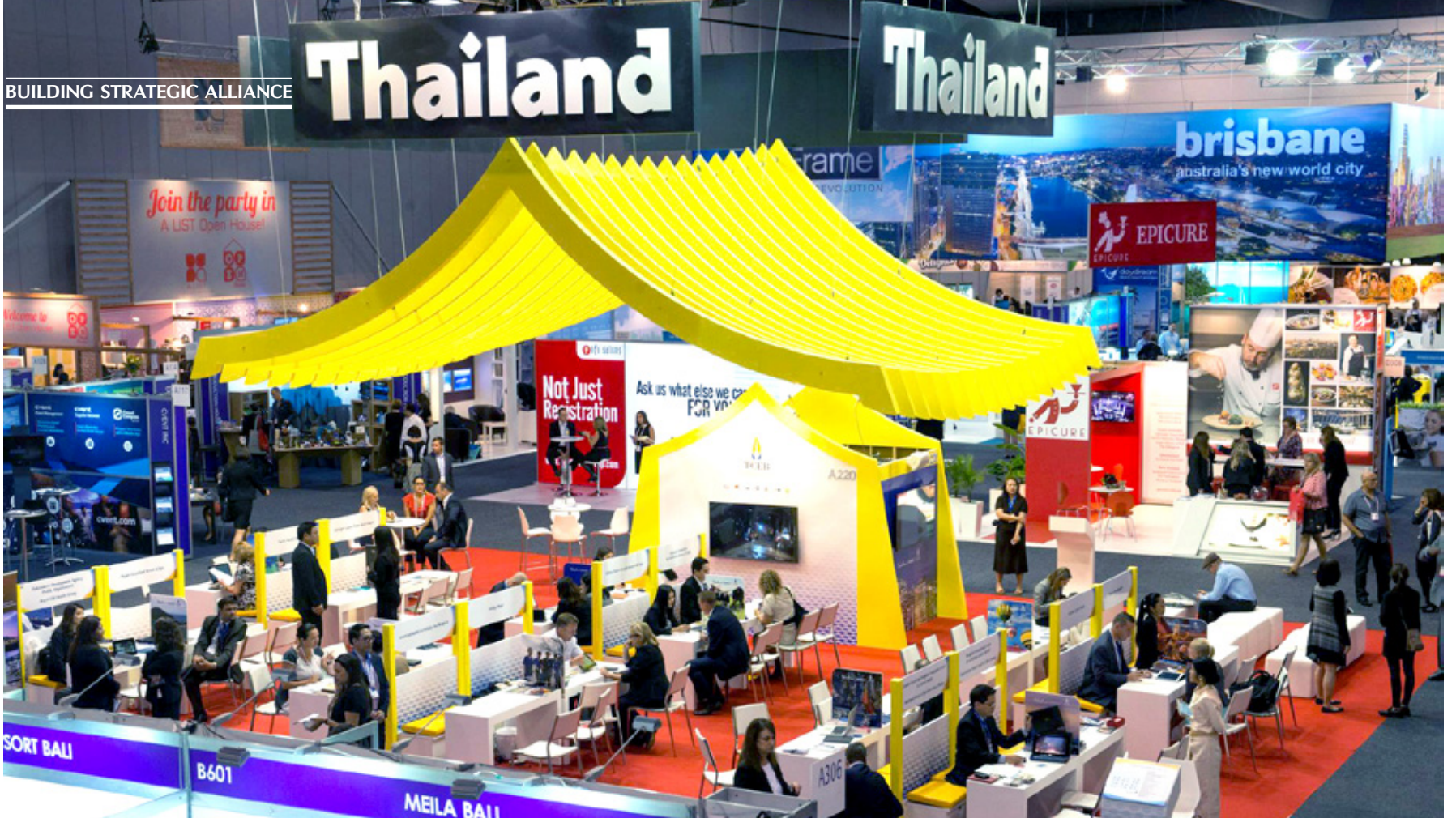
partners are offering value-added services and incentives to MICE visitors to Thailand. All the parties are working together to show that Thailand is a leading destination for MICE events in terms of infrastructure, accommodation, meeting venues, transportation, and of course communications services that meet international standards.

Mr. Surachet Sangchayosawat, Strategy and Planning Director, Bangkok Mass Transit System PLC, adds that in the near future, the joint ticketing system will enable passengers to connect with the mass transit system networks more conveniently. Meanwhile, the BTS is developing a Super Skywalk, with skybridges connecting the rapid-transit system to buildings and shopping centres in Chidlom, Siam Square, Pathumwan and Pratunam.

Following the launch of the Thailand's MICE United II, TCEB has put in place plans Thailand's MICE United II campaign including Thailand MICE Roadshows between April and September in the key markets of Japan, Germany, and China, as well as international and local media familiarisation trips from May to July that will focus on Thailand's five MICE Cities, and the Thailand MICE Award Charity Dinner late this year to enhance industry engagement through CSR activity. It is expected that this campaign will be able to reach the target of more than 1 million MICE travellers.

"In 2015, the bureau has targeted a 5-per-cent growth in MICE visitors to Thailand bringing the figure to 1,036,300 and a 10-per-cent growth in revenue to Bt106.78 billion compared to the same period last year. Moreover, the bureau is aiming to raise Thailand's positioning as the prime quality MICE market in Asia," Mr. Nopparat says.





ดึงดูดคุณภาพตลาดโอเชียเนีย ผ่านกิจกรรมเพื่อสังคม



ตลาดโอเชียเนีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งออสเตรเลีย มีแนวโน้มสดใส โดยมีอัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดดในปีงบประมาณที่ผ่านมา ส่งผลให้มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์มายังประเทศไทยสูงเป็นอันดับ 6 ของนักเดินทางไมซ์จากต่างประเทศ และสร้างรายได้กว่า 4,400 ล้านบาท ด้วยเหตุนี้ ที่เส็บจึงได้เล็งเห็นโอกาสและศักยภาพตลาดโอเชียเนีย นำทัพผู้ประกอบการไมซ์ไทย 30 ราย เข้าร่วมงานเทรดโชว์อุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแห่งเอเชีย-แปซิฟิก หรือ AIME 2015 (The Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo) พร้อมเปิดตัวแคมเปญ Thailand CONNECT The World ชูศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยผ่าน Thailand pavilion ผสมกับกิจกรรมซีเอสอาร์ที่หลากหลายหวังเจาะตลาดคุณภาพจากกลุ่มประเทศโอเชียเนีย

นายณพรัตน์ เมธารัฐกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เส็บ เปิดเผยว่า AIME เป็นงานแสดงสินค้าทางอุตสาหกรรมการประชุมที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลและเป็นงานระดับใหญ่ในภูมิภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ฉะนั้น ที่เส็บ จึงใช้เป็นเวทีในการเปิดตัวแคมเปญ Thailand CONNECT The World สร้างการรับรู้ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและความพร้อมรองรับการจัดงานไมซ์ในระดับภูมิภาคให้กับผู้ร่วมงานกว่า 3,000 คนจากประเทศต่างๆ ทั่วภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก

นายณพรัตน์ เมธารัฐกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เส็บ เปิดเผยว่า AIME เป็นงานแสดงสินค้าทางอุตสาหกรรมการประชุมที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลและเป็นงานระดับใหญ่ในภูมิภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ฉะนั้น ที่เส็บ จึงใช้เป็นเวทีในการเปิดตัวแคมเปญ Thailand CONNECT The World สร้างการรับรู้ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและความพร้อมรองรับการจัดงานไมซ์ในระดับภูมิภาคให้กับผู้ร่วมงานกว่า 3,000 คนจากประเทศต่างๆ ทั่วภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก

ที่เส็บ นำเสนอแคมเปญ Thailand CONNECT The World เป็นครั้งแรกในออสเตรเลีย ซึ่งเป็นการรวมเอาความโดดเด่นของไทยทั้ง 3 ด้าน คือ จุดหมายปลายทางที่พร้อมด้วยสาธารณูปโภคและบริการระดับโลก โอกาสทางธุรกิจ และบุคลากรที่มีคุณภาพ มานำเสนอ เป็นจุดขายผนวกเข้ากับกลยุทธ์การตลาด เน้นการสร้างจุดขายให้กับจุดหมายปลายทางต่างๆ ของประเทศไทยผ่านกิจกรรมซีเอสอาร์ ภายใต้แนวคิด Thailand: Inspiring Destination 'Enhance Value to your Event' โดยที่เส็บ ยังได้รับรางวัล Best Stand Awards Over 36 sq.m. จากงาน AIME 2015 อีกด้วย

กิจกรรมซีเอสอาร์ต่างๆ ได้รับการออกแบบมาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสืบสานให้กับจุดหมายปลายทางในพื้นที่เป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ กลุ่มพื้นที่ชายหาดทางใต้ ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ซึ่งสามารถเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับกิจกรรม CSR อาทิ กิจกรรมปล่อยเตาทะเล ปลูกปะการังเทียมและหญ้าทะเล หรือ ร่วมกันทำความสะอาดชายหาด กลุ่มพื้นที่ป่าเขาทางเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย เน้นกิจกรรมปลูกป่า สร้างฝาย ร่วมดูแลช่วยเหลือช้าง ด้านกลุ่มเมืองซึ่งเน้นพื้นที่ภาคกลางในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและสมุทรสาครจะนำเสนอกิจกรรมจิตอาสาในโรงเรียน เช่น สร้างบ้านดินให้เด็กฯ อ่านหนังสือให้เด็กพิการทางสายตา ช่วยกันทำความสะอาดแม่น้ำ และ

ร่วมกันปลูกป่าชายเลน เป็นต้น

พร้อมกันนี้ ที่เส็บ ยังได้เสนอแพ็คเกจเสริม Meetings Bonus เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของผู้จัดงานในการนำงานประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมาจัดในประเทศไทย โดยการสนับสนุนทางการเงินจำนวนตั้งแต่ 100,000 บาท 300,000 บาท และ 1,000,000 บาท สำหรับงานขนาด 100 คน 300 คน และ 1,000 คนตามลำดับ ภายใต้เงื่อนไขว่า ต้องพักค้างคืนในประเทศไทยอย่างน้อย 4 คืน และมีกำหนดเดินทางภายในวันที่ 30 กันยายนนี้

ปีนี้มีผู้เข้าร่วมงาน AIME 2015 มากกว่า 3,000 คน โดยมีผู้ประกอบการไมซ์จากทั่วโลกร่วมออกบูธแสดงสินค้าและบริการมากกว่า 750 ราย จาก 50 ประเทศ และผู้ซื้อมากกว่า 550 ราย จาก 30 ประเทศ ขณะที่ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน จำนวน 30 รายทั้งในกลุ่มโรงแรม ศูนย์นิทรรศการและการประชุม บริษัทบริหารจัดการการดำเนินงานภาคพื้นดิน และสายการบิน อาทิ Minor Hotel Group, Laguna Phuket, The DharaDhevi Chiang Mai, Events Travel Asia, Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC), Thai Airways ฯลฯ โดยมีการนัดหมายเจรจาธุรกิจภายในงานกว่า 600 นัดหมาย

นอกจากเป็นเวทีธุรกิจการค้าของอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่สำคัญของภูมิภาค งานเทรดโชว์ AIME ยังเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการประชุม และการสร้างเครือข่ายให้กับผู้ร่วมอุตสาหกรรมในระดับนานาชาติ รวมถึงผู้ประกอบการไมซ์จากไทยอีกด้วย

ในขณะเดียวกัน ที่เส็บ ร่วมมือกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรมการตลาด Australia Networking Events 2015 ที่เมืองเมลเบิร์น และเมืองเพิร์ธ โดยเชิญกลุ่มลูกค้าไมซ์ที่สำคัญๆ ทั้งสองเมืองจำนวนเมืองละ 40 ราย พบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้ประกอบการไทย เน้นสร้างการรับรู้เกี่ยวกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ตลอดจนการสำรวจโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ ในประเทศนิวซีแลนด์

นายณพรัตน์ กล่าวว่า ปี 2557 ตลาดไมซ์จากกลุ่มประเทศในภูมิภาคโอเชียเนีย มีสัดส่วนร้อยละ 5.16 ของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมด โดยปีที่ผ่านมา มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากโอเชียเนียจำนวน 47,446 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 81 สร้างรายได้เป็นมูลค่ากว่า 4,442 บาท โดยเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากออสเตรเลียจำนวน 37,947 คน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 137 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 และสร้างรายได้มูลค่ากว่า 3,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 127.81

ที่เส็บ คาดว่า ตลาดโอเชียเนียในปีงบประมาณ 2558 จะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 โดยมีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 50,000 คน และสร้างรายได้ 4,395 ล้านบาท ทั้งนี้ ออสเตรเลียยังคงเป็นตลาดหลัก ด้วยจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 39,500 คน สร้างรายได้ 3,472 ล้านบาท

TAPPING QUALITY OCEANIA MARKET WITH CSR OFFERING

The Oceania market, especially Australia, is considered a bright prospect for Thailand's MICE industry with a significant increase in MICE visitors to Thailand in 2014. Since last year, the market ranked sixth in terms of numbers of international MICE visitors and generated more than Bt4.4 billion in revenue.

TCEB therefore seized the opportunity to further promote the industry to the Oceania market by leading 30 Thai MICE operators to participate in AIME 2015 (The Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo). The bureau also launched the Thailand CONNECT The World campaign at the Expo and presented the potential of Thailand's MICE industry through a Thai pavilion and a showcase of a diversity of CSR activities with the aim of tapping the high-quality Oceania market.

TCEB President Mr. Nopparat Maythaveekulchai notes that the AIME, which is held annually in Melbourne, Australia, is an internationally recognised trade show for the incentives and meetings industry and a leading event in Asia-Pacific region. The bureau therefore used this platform to introduce the Thailand CONNECT The World campaign to the more than 3,000 visitors from many countries in the Asia-Pacific and Oceania region. The campaign is designed to create awareness of the potential of Thailand's MICE industry and the country's readiness for organising regional MICE events.

The Thailand CONNECT The World campaign that debuted in Australia combines three of Thailand's unique strengths: destinations with world-class infrastructure and services; business opportunities; and proficient professionals. These remarkable features are highlighted as the selling points and go hand-in-hand with the marketing strategy.

Along with the launch of the new Thailand's brand communication campaign, the Thai Pavilion was also well received at the AIME 2015 and TCEB won the Best Stand over 36 sq.m Award.

As a part of offering for the Oceania market, TCEB showcased a unique CSR offering for international MICE visitors through the 'Thailand: Inspiring Destination - Enhance Value of your Event' campaign. A variety of CSR activities has been created to add value and liveliness to destinations in 3 target clusters. The southern beach cities of Phuket, Krabi and Phang Nga offer such activities as releasing turtles, cultivating coral, cleaning the beach and planting sea grass. The mountainous Northern Thailand cities of Chiang Mai and Chiang Rai offer visitors the chance to experience reforestation, dam building and elephant rescue and care.

Ayutthaya and Samut Sakhon in the Central cluster, meanwhile, offer delegates a range of voluntary activities at schools, along with building clay homes, reading for the blind, cleaning up the rivers and engaging in mangrove reforestation.

To attract corporate customers and meeting organisers to hold meetings and incentives in Thailand, the bureau also reemphasized a Meeting Bonus package, which offers organisers a financial subsidy of Bt100,000 for a group of 100 delegates and up, Bt300,000 for a group of 300 delegates and up and Bt1 million for a group of 1,000 delegates or more. Each group is required to stay for four nights or longer and travel must be completed by September 30, 2015.

This year, AIME 2015 welcomed over 3,000 delegates from all over the world with more than 750 exhibitors from 50 countries and over 550 buyers from 30 countries. Thirty Thai MICE entrepreneurs from hotels, convention and exhibition centres, airport ground service providers and airlines, among them the Minor Hotel Group, Laguna Phuket, The DharaDhevi Chiang Mai, Events Travel Asia, Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC), and Thai Airways, participated in the event with more than 600 appointments for business negotiations.

In addition to a trade show platform for meetings and incentives in the region, the AIME is also a venue for an exchange of knowledge and opinions about the meeting industry and the establishment of networks among the international delegates as well as Thai MICE operators.

TCEB joined with THAI to organise Australian Networking Events 2015 in Melbourne and Perth, inviting 40 key buyers from each city to exchange ideas with the Thai MICE operators. This marketing activity was aimed at enhancing the perception of the potential of Thailand's MICE industry and also exploring new market opportunities in New Zealand.

Mr. Nopparat says that in 2014, the Oceania MICE market represented 5.16 per cent of the overall MICE industry. There were 47,446 MICE travellers from Oceania, an increase of 80 per cent, generating more than Bt4.44 billion. In particular, Australian MICE visitors to Thailand jumped by 137 per cent to 37,947 compared to the same period the previous year while revenue increased by 127.8 per cent to more than Bt3.5 billion.

The bureau expects that in 2015 the Oceania MICE market will grow by 5.4 per cent to 50,000 MICE visitors, generating Bt4.40 billion. Australia remains the major market with a forecast of 39,500 visitors and Bt3.48 billion in revenue.





แผนเชิงรุกตลาดออนไลน์ สานต่อแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda ปี 2

ปัจจุบัน ตลาดออนไลน์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ ดังนั้น ทีเส็บ จึงได้เร่งพัฒนาการตลาดออนไลน์ ผ่าน 3 แผนงานหลัก ได้แก่ แผนการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์รวมข้อมูลการจัดงานไมซ์ครบวงจร และพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต แผนการจัดทำสื่อการตลาดและการขายแบบดิจิทัล และแผนงานกิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

นายพรรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเส็บ เปิดเผยว่า ปีนี้ ทีเส็บ จะพัฒนาเว็บไซต์ขององค์กรซึ่งเป็นศูนย์รวมข้อมูลการจัดงานไมซ์ครบวงจรให้มีความทันสมัยมีมาตรฐานและประสิทธิภาพเทียบเท่ากับเว็บไซต์ของหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านไมซ์ชั้นนำของโลก โดยการเพิ่มภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์จากเดิม 3 ภาษา คือ ไทย อังกฤษ และ จีน เป็น 8 ภาษาได้แก่ อังกฤษ ไทย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อินโดนีเซีย รัสเซีย และเวียดนาม พร้อมพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านไมซ์ได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

ด้านแผนงานการจัดทำสื่อการตลาดและการขายแบบดิจิทัล ทีเส็บ กำลังพัฒนา Blog, ดิจิตอลโบรชัวร์ ภาพถ่าย/วิดีโอ การนำเสนอในรูปแบบพาเวอร์พ้อยท์ และเอกสารการขายออนไลน์ ส่วนแผนงานกิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เน้นการสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ศักยภาพของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์

สำหรับแคมเปญการตลาดออนไลน์ที่โดดเด่นในปีนี้ ทีเส็บ ได้ร่วมมือกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์และ บริษัทวีซ่าอินเตอร์เนชั่นแนลเอเชีย-แปซิฟิกแอลแอลซี เดินหน้าแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2015 ปีที่ 2 ซึ่งมีการเชื่อมต่อกับสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางต่างๆ ภายใต้แนวคิด “Social Connectivity” เพื่อขยายการสื่อสารแคมเปญในวงกว้างมากยิ่งขึ้น พร้อมนำเสนอสิทธิพิเศษของสินค้าและบริการที่น่าสนใจ อาทิส่วนลด 50% สำหรับที่พักบริการรถเช่าและบริการรับ-ส่งสนามบินและสนามบินกอล์ฟ รวมถึงการรับประกันเงินสด 500 บาท เมื่อใช้จ่ายครบ 5,000 บาท เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ แคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2015 ปีที่ 2 ได้เสริมโปรแกรม Meetings Package สำหรับห้องประชุมห้องจัดเลี้ยงที่พัก และโปรแกรมแพ็คเกจฟื้นฟูสุขภาพในราคาสูงใจ โดยขยายกลุ่มเป้าหมายไมซ์ครอบคลุมทั้งกลุ่มผู้เข้าร่วมงานประชุมและร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ รวมถึงกลุ่ม VISA Commercial Card ในประเทศไทย

พร้อมกันนี้ ยังนำเสนอสิทธิพิเศษเฉพาะสำหรับกลุ่มประเทศเป้าหมายหลัก และขยายสิทธิพิเศษของสินค้า/บริการไปยังเมืองไมซ์และเมืองท่องเที่ยวหลักที่มีศักยภาพ เช่น หัวหิน สมุย เพื่อเพิ่มความประทับใจและมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายและขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทยมากขึ้น หลังจากทีแคมเปญดังกล่าวได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มเป้าหมายในปีที่ผ่านมา

แคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2015 มีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึง ธันวาคม 2558 โดยกลุ่มผู้จัดงานประชุมนานาชาติ ผู้แสดงสินค้า และนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่มาร่วมงานประชุมนานาชาติและงานแสดงสินค้าในประเทศไทยตลอดปี 2558 นี้ สามารถรับสิทธิประโยชน์จากทางโครงการได้

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ผู้ลงทะเบียนและดาวน์โหลด Spice up Privilege Coupon ผ่านเว็บไซต์ของโครงการ www.SpiceupYourBusinessAgenda.com และร่วมแชร์แคมเปญ Spice up your business agenda ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้ hash tag #Spice Up Your Business Agenda จะได้รับสิทธิร่วมลุ้นรางวัลพิเศษจากโครงการ อาทิบัตรโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศจากสายการบินไทย เป็นต้น

นางลลิตา จิระนันท์ประวัติ ผู้อำนวยการ สำนักพาณิชย์ดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า แคมเปญ Spice Up Your Business Agenda จะช่วยส่งเสริมการจัดกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นอย่างดี โดยในแต่ละปี กรมฯ มีการนำนักธุรกิจต่างประเทศเป็นจำนวนมากมาพบปะเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการไทยผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ คณะผู้แทนการค้าสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แคมเปญนี้ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้ง offline และ online รวมทั้งสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศที่มีอยู่กว่า 60 แห่งทั่วโลก

นายฉัตรันต์ ฤกษ์ชัย อนุชญา ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า แคมเปญนี้ช่วยส่งเสริมประเทศไทยในฐานะเป็นเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางไมซ์ที่ดีที่สุดในโลกที่สามารถผสมผสานแผนการเดินทางเชิงธุรกิจเข้ากับกิจกรรมเชิงพักผ่อนได้เป็นอย่างดี ซึ่งแคมเปญนี้ไม่เพียงแต่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้าประเทศไทยมากขึ้น แต่จะช่วยขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทยจากการท่องเที่ยวพักผ่อนหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมทางธุรกิจ

นายชุตินธร ศรีสิทธิกรม ผู้อำนวยการใหญ่ ฝ่ายการพาณิชย์ดิจิทัล บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า การบินไทยให้บริการเส้นทางและเที่ยวบินหลากหลายทั้งในและต่างประเทศที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากทั่วทุกมุมโลก ซึ่งช่วยให้กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์เลือกแผนการเดินทางให้เหมาะสมกับกำหนดการเดินทางเชิงธุรกิจได้

การบินไทยมั่นใจว่า สิทธิพิเศษของราคาบัตรโดยสารระหว่างประเทศ จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ให้มาสัมผัสประสบการณ์การเดินทางอันน่าจดจำตั้งแต่ก่อนเดินทางมาถึงประเทศไทย จนกระทั่งออกจากประเทศไทย

นายสมบุญ ครอบรัตน ผู้จัดการวีซ่า ประจำประเทศไทย บริษัทวีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล เอเชีย-แปซิฟิก แอลแอลซี กล่าวว่า วีซ่ามีข้อเสนอและสิทธิพิเศษมากมายที่ออกแบบขึ้นเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่จะช่วยเติมเต็มวัตถุประสงค์ของแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2015 ของทีเส็บได้เป็นอย่างดี โดยนอกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นานาชาติแล้ว ปีนี้ วีซ่าออกแบบสิทธิพิเศษให้ครอบคลุมผู้ถือบัตรกลุ่มผู้ประกอบการหรือกลุ่มองค์กรด้วย

AGGRESSIVE ONLINE MARKETING SHOWCASING SPICE UP YOUR BUSINESS AGENDA II CAMPAIGN



Online marketing today plays a key role in promoting the MICE industry. TCEB therefore is speeding up the development of its aggressive online marketing plan through three major strategies — the development of Thailand's MICE web portal; mobile applications for smartphones and tablets; online marketing tools and digital sales kits as well as marketing activities and public relations via social media.

According to TCEB President Mr. Nopparat Maythaveekulchai, this year the bureau is focusing on developing a corporate website offering comprehensive information on business events that is modern, standardised and effective, similar to the websites of the world's leading MICE organisations. The revamped website will showcase eight languages which are Thai, English, Chinese, Japanese, Korean, Bahasa Indonesian, Russian and Vietnamese.

The bureau is also creating a TCEB mobile application for smartphones and tablets, enabling users to gain easy access to information on Thailand's MICE industry.

In addition, the bureau is developing a blog, a digital brochure, photo and VDO content, a PowerPoint presentation as well as online sales kits.

Marketing activities and public relations via social media are being designed to reinforce the image and perception of Thailand's potential as a preferred destination for the MICE industry.

The highlight of this year's online marketing campaign has seen TCEB enter into partnership with the Tourism Authority of Thailand, Thai Airways International, the Ministry of Commerce's Department of International Trade Promotion, and Visa International (Asia-Pacific), LLC to extend the "Spice Up Your Business Agenda" for a second year. Based on the concept "Social Connectivity", the campaign connects various channels of social media to reach a wider target audience. The campaign also offers special privileges for products and services including 50-per-cent discounts on accommodation, car rental, airport transfer and golf course fees, as well as Bt500 cash coupons for every Bt5,000 spent in order to attract more MICE visitors to Thailand.

"Spice Up Your Business Agenda II" also offers a Meeting Package programme covering meeting rooms, venues and accommodation and a Rejuvenation Package programme at attractive prices. The promotion has been extended to corporate meetings delegates and visitors to international exhibitions as well as Visa Commercial Card holders in Thailand.

The campaign additionally provides exclusive privileges to target countries, and extends special privileges for products and services to cover MICE Cities and major tourist destinations including Hua Hin and Samui. The

special privileges, which received a good response from target groups last year, are expected to enhance MICE travellers' impressions and experiences, stimulate spending and extend the length of stays in Thailand.

Spice Up Your Business Agenda II runs from March to December 2015. Event organisers and MICE travellers coming to Thailand for meetings, conferences or exhibitions can easily obtain the privileges.

All MICE travellers who register via the campaign website, download the Spice Up Privilege Coupon and share the Spice Up campaign through their social media channels with hash tag#Spice Up Your Business Agenda will be automatically entered into a lucky draw to win international air tickets from Thai Airways.

Mrs. Lalida Jivanantaprat, Director of the Office of Digital Commerce, the Department of International Trade Promotion (DITP), says that this campaign will help support trade activities hosted by DITP. Each year, the department brings a number of overseas businesspeople to meet Thai entrepreneurs through various channels such as international exhibitions and trade missions on goods and services.

The department will help promote this campaign through its offline and online channels, as well as via the more than 60 Thai Trade Centres around the world.

Mr. Chattan Kunjara Na Ayudhya, Executive Director for Advertising and Public Relations, Tourism Authority of Thailand (TAT) adds that the campaign will help promote Thailand as an ideal destination for the MICE industry by seamlessly combining business and leisure travel. Not only will it attract more MICE visitors to Thailand but it will also encourage them to stay longer in Thailand for leisure after completing their business.

Mr. Chutintorn Srisittikum, Vice President, Digital Commercial Department, Thai Airways International, notes that the airline operates various domestic and international routes and flights that meet the needs of MICE travellers from all over the world, allowing them to easily plan their trips and tailor travel to their individual business agendas.

THAI is confident that the special ticket prices for international flights will encourage MICE travellers to enjoy a memorable journey experience that begins prior to their arrival in Thailand and lasts even after they leave the country.

Mr. Somboon Krobtheeranon, Visa Country Manager, Thailand says that Visa has many offers and privileges exclusively designed for business travellers that will fulfil the objectives of the campaign.

In addition to international MICE travellers, Visa this year is extending the special privileges to include local Visa commercial and corporate cardholders.



วาง 4 แนวทางกระตุ้นตลาดดีไมซ์ปี 2558 ชูโมชิตีผ่านเวที “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ”

ที่ เล็บ เผยแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ ปีงบประมาณ 2558 ภายใต้กรอบกลยุทธ์องค์กร 4Ps (Public-Private-People Partnership) กระตุ้นตลาดไมซ์ในประเทศด้วย 4 แผนปฏิบัติงานหลัก คาดสร้างรายได้กว่า 33,000 ล้านบาท นายพรรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เล็บ เปิดเผยการส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศหรือดีไมซ์ในปี ที่เล็บดำเนินงานตามกรอบกลยุทธ์องค์กร 4Ps รุกขยายตลาดดีไมซ์ผ่าน 4 แผนงาน โดยเริ่มจากแคมเปญ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” เน้นส่งเสริมกิจกรรมดีไมซ์ใน 5 พื้นที่เมืองโมชิตี ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น พร้อมขยายศักยภาพของเมืองไมซ์ทางเลือกอื่นๆ ที่สามารถรองรับการจัดประชุมและแสดงสินค้าในประเทศได้

แคมเปญ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” นับเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ตลาดดีไมซ์ที่เน้นขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยการเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศและรายได้ รวมถึงการยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย โดยกิจกรรมแรกภายใต้โครงการนี้ คือ การเปิดตัวงาน 2nd Thailand Domestic MICE Mart ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 2 หลังจากประสบความสำเร็จอย่างมากในปีที่ผ่านมา

4 แผนหลักส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศ



นอกจากนี้ ที่เลิบบังการแผนการสื่อสารแคมเปญ “ประชุมเมืองไทย ภูมิภาคช่วยชาติ” ด้วยการทำให้ Testimonial จากภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศผ่านการสื่อสารช่องทางต่างๆ ทั้ง สื่อวิทยุ และสิ่งพิมพ์ ในระหว่างเดือนมีนาคม ถึง กันยายน 2558

กิจกรรม 2nd Thailand Domestic MICE Mart 2015 กำหนดจัดให้มีขึ้นเป็นจำนวน 5 ครั้ง ณ ไมซ์ซิตี้ทั้ง 5 แห่ง ระหว่างเดือนมีนาคม – สิงหาคม 2558 โดยเริ่มจากกรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ ในช่วงเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ทั้งนี้ ที่เลิบบัง การจัดงาน 2nd Thailand Domestic MICE Mart 2015 ในไมซ์ซิตี้ทั้ง 5 แห่ง จะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจไมซ์ทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 150 ล้านบาท

สำหรับแผนงานที่สอง เป็นการขยายตลาดการประชุมและแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) ซึ่งเป็นพื้นที่ประตูการค้าหลักที่มีมูลค่าการค้าชายแดน การลงทุน และเป็นเมืองหน้าด่านเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยที่เลิบบังจะทำงานร่วมกับหอการค้าจังหวัดที่มีพรมแดนติดกับกลุ่มประเทศ CLMV ทั้งจังหวัด ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด และ สงขลา ส่งเสริมการประชุมและสร้างงานแสดงสินค้าบริเวณตะเข็บชายแดน สอดรับกับนโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ได้ประกาศนโยบายเร่งพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน รองรับการพัฒนา AEC

แผนงานที่ 3 มุ่งเน้นส่งเสริมการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริและแหล่งท่องเที่ยวอาหาร นำเสนอโครงการพระราชดำริที่มีหลากหลายกิจกรรมที่ลูกค้ากลุ่มองค์กรสามารถเข้าร่วมในทุกพื้นที่ของประเทศไทย อาทิ การเรียนรู้การทำขึ้นบันได การฟื้นฟูและอนุรักษ์ป่า เป็นต้น ด้านแหล่งท่องเที่ยวอาหารเน้นส่งเสริมกิจกรรม 4 ด้าน ได้แก่ กิจกรรมผจญภัย กิจกรรมเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมตามรอยเส้นทางของเหล่าวีรชน กิจกรรมรู้จักสามัคคี และกิจกรรมเรียนรู้ชีวิตศึกษาและสัมผัสผู้คนในท้องถิ่นโดยปีนี้จะเน้นโครงการในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ สตูล ลำปาง เพชรบุรี

ส่วนแผนงานที่ 4 เร่งส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า (D-Exhibition) ผ่าน 3 แนวทางคือ สร้างสรรค์งานแสดงสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ (Invent) ยกระดับรูปแบบ มาตรฐานการจัดงานแสดงสินค้าระดับท้องถิ่นให้เป็นงานระดับภูมิภาค (Upgrade) และการกระจายงานแสดงสินค้าในประเทศที่ประสบความสำเร็จไปจัดในภูมิภาคต่างๆ (Clone)

“การเดินทางประเทศไทยเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์นั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เลิบบังพร้อมอำนวยความสะดวกและให้การสนับสนุนกับทุกหน่วยงานในการจัดประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย ทั้งด้านการเงิน และสนับสนุนกิจกรรมการตลาดของงาน เช่น การทำ Business Matching การจัด Networking หรือ กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดงานไมซ์” นายพรรัตน์ กล่าว

ปีงบประมาณ 2558 ที่เลิบบัง ตั้งเป้าอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศมีอัตราการเติบโตร้อยละ 5

จากปีที่ผ่านมา ทั้งด้านจำนวนคนและรายได้ โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จำนวน 15.23 ล้านคน สร้างรายได้ 33,069 ล้านบาท

สำหรับแผนการพัฒนาธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ ที่เลิบบัง เดินหน้าขยายความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐและเอกชนในเชียงใหม่ เพื่อผลักดันเชียงใหม่ให้เป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติระดับภูมิภาค ภายใต้ 4 แนวทางหลักดังกล่าว โดยมีการเปิดตัวแคมเปญ ประชุมเมืองไทย ภูมิภาคช่วยชาติ เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา พร้อมกับการจัดงาน ไทยแลนด์ไมซ์มาร์ท ครั้งที่ 2 เพื่อกระตุ้นกิจกรรมไมซ์ในเชียงใหม่ และขยายศักยภาพเมืองไมซ์ในจังหวัดทางภาคเหนือ ที่สามารถรองรับการจัดประชุมและแสดงสินค้าในประเทศได้

การจัดงานที่จังหวัดเชียงใหม่มีผู้ซื้อ 90 จากหน่วยงานรัฐและเอกชน เข้าร่วมเจรจาธุรกิจกับผู้ขาย 40 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการไมซ์ในภาคเหนือ คาดว่าจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจไมซ์ในภูมิภาคทั้งสิ้น 25 ล้านบาท

นอกจากนี้ที่เลิบบังยังเร่งดำเนินการชูเชียงใหม่สู่เมืองแห่งเมกะอีเวนต์ด้วยการจัดงานขนาดใหญ่เข้ามาจัดให้มากขึ้น อาทิ งานเทศกาลบอลรูมนานาชาติประเทศไทย รวมทั้งพัฒนาศูนย์ข้อมูลไมซ์ครบวงจรของจังหวัด (MICE Intelligence)

นายสุริยะ ประสาทบัณฑิตย์ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ เปิดเผยว่า ปีงบประมาณ 2558 นี้ จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ จำนวน 5,253,200 บาท เพื่อดำเนินโครงการเชียงใหม่ไมซ์ซิตี้ภายใต้แผนพัฒนาจังหวัด และขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ จังหวัดเชียงใหม่ผลักดันให้เกิดการบูรณาการร่วมกับภาคส่วนต่างๆ มากขึ้น โดยมีการปรับปรุงคณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่เป็นประธาน

นายสุริยะ กล่าวว่า ปีนี้ จังหวัดเชียงใหม่กำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัด โดยเน้นการส่งเสริมตลาดภูมิภาคผ่านกรอบความร่วมมือ GMS/BIMSTEC และเมืองพี่เมืองน้องของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อยกระดับเชียงใหม่ให้เป็นเมืองจุดหมายปลายทางของการประชุมระดับนานาชาติ

ในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า เชียงใหม่จะมุ่งเน้นตลาดประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาคอาเซียนเป็นหลัก โดยทางจังหวัดจะมอบบทบาทให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ใน 3 แนวทาง คือ 1) กำหนดให้ไมซ์ซิตี้เป็นนโยบายและกลยุทธ์หลักในการพัฒนาเมือง 2) เป็นแกนในการขับเคลื่อนนโยบายและประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมผลักดันให้เชียงใหม่เป็นไมซ์ซิตี้อย่างแท้จริง และ 3) กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนร่วมกัน และสร้างพันธมิตรในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับผู้บริหาร ผู้กำหนดนโยบาย เพื่อให้ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดมีการดำเนินการอย่างมีทิศทาง

ในไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2558 จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ต่างประเทศจำนวน 340,344 คน จากการจัดงานกว่า 455 งาน สร้างรายได้ 1,337 ล้านบาท



FOUR KEY PLANS SET TO STIMULATE D-MICE 2015 HIGHLIGHTING MICE CITIES THROUGH “MEETINGS IN THAILAND”

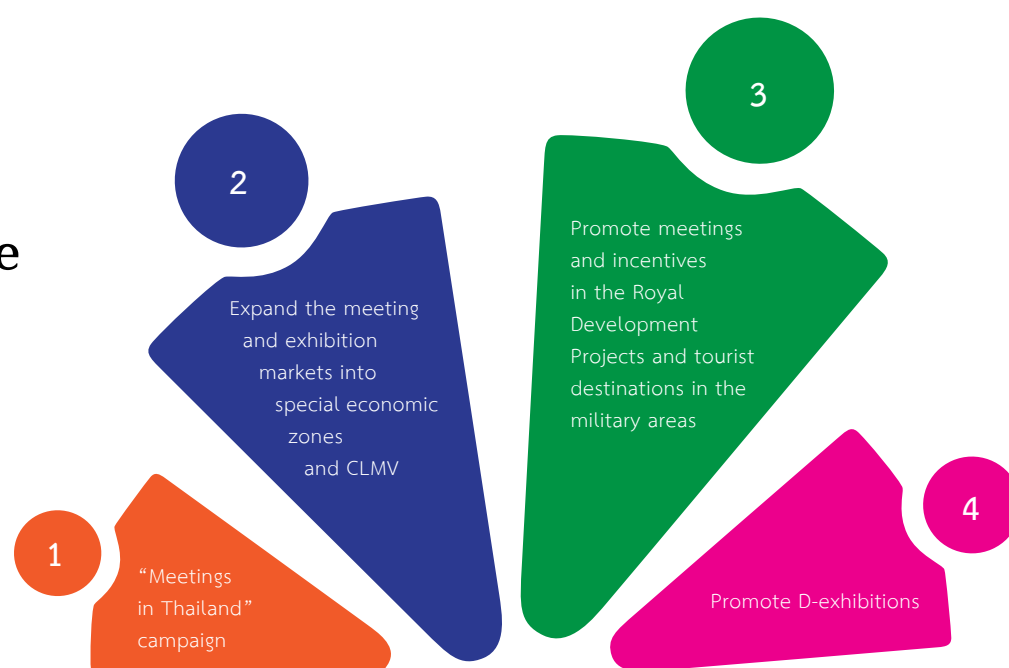
TCEB has unveiled its strategic plan to promote the domestic MICE industry in the 2015 fiscal year. In line with the corporate strategy of 4Ps (Public-Private-People-Partnership), the bureau has defined 4 key action plans to motivate the D-MICE market and is targeting more than Bt33 billion in revenue.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, TCEB's President, says the D-MICE market promotion this year will focus on the 4Ps approach through 4 action plans, starting with the Meetings in Thailand campaign and emphasising D-MICE events in 5 MICE Cities, namely Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Phuket and Khon Kaen. The bureau will also enhance the potential of other cities with the capacity to accommodate meetings and exhibitions.

The Meetings in Thailand campaign is part of the overall D-MICE strategy to drive industry growth through increasing the number of domestic MICE travellers and revenue as well as elevating Thailand to a destination for the quality MICE market in Asia.

The 2nd Thailand Domestic MICE Mart is being organised as the first activity under the campaign and follows on from the great success of the inaugural event last year.

Four key action plans to promote D-MICE market



The bureau is also incorporating testimonials from public and private sector stakeholders to promote the D-MICE industry through such communication channels as the broadcast and print media in a campaign that runs from March to September 2015.

The 2nd Thailand Domestic MICE Mart 2015 is being held in five MICE Cities between March and June 2015 with the first taking place in Bangkok in March. The bureau expects the five trade fairs to generate income distribution of Bt150 million to the MICE business nationwide.

The second action plan is to expand the meetings and exhibitions into the special economic zones and CLMV group (Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam), which are the gateways to border trade and investment. This will help prepare for the ASEAN Economic Community.

The bureau will join forces with the chambers of commerce in CLMV border cities, namely Tak, Mukdahan, Sa Kaew, Trat and Songkhla, to promote meetings and create exhibitions. This is in line with the government's economic policy to speed up the development of special economic zones along the border areas in preparation for the AEC.

The third action plan emphasises the promotion of domestic meetings and incentives travel at the Development Projects under Royal initiatives and Royal Thai Military tourism destinations. In the Royal projects, corporate clients can enjoy abundant hands-on learning experiences by participating in various activities such as rice terrace farming, restoration and reforestation and conservation. The 4 activities highlighted in the military areas are adventure; history and culture following the paths of heroes; unity; and local ways of life. This year, TCEB will focus on three key provinces: Satun, Lampang, and Petchaburi.

The fourth action plan aims to accelerate D-Exhibitions through three key directions: creation of new domestic exhibitions throughout the country; significant upgrades of local exhibitions into regional exhibitions; and cloning successful exhibitions by replicating them in other markets.

"Cooperation from all parties is essential to our efforts to push Thailand forward through MICE industry growth. TCEB is ready to facilitate and support all organisations in holding meetings and exhibitions in Thailand. In addition to financial support, the bureau also advocates marketing activities such as business matching sessions, networking and other useful activities for organising the D-MICE," the President says.

In the 2015 fiscal year, the TCEB set a target of 5 per cent growth in

D-MICE industry with 15.23 million domestic MICE travellers, generating Bt33.07 billion in revenue.

For the Chiang Mai MICE Development Plan, the TCEB is expanding collaboration with strategic partners in the public and private sectors in the province to promote the area as a destination for the MICE industry in the Northern Region. In line with the four key action plans, the bureau launched the "Meetings in Thailand" campaign in March in parallel with the 2nd Thailand Domestic MICE Mart 2015 to stimulate D-MICE in Chiang Mai and expand to other potential MICE cities in the region with the capacities to service domestic meetings and exhibitions.

The 2nd Thailand Domestic MICE Mart 2015 in Chiang Mai attracted 90 buyers from public and private sectors to participate in business negotiations with 40 MICE operators in the region. The event is expected to generate revenue of Bt25 million for the regional MICE business.

The bureau has also accelerated its efforts to promote Chiang Mai as a city of mega events by attracting such events as the international balloon festival. Development of MICE Intelligence is also needed.

Chiang Mai Governor Suriya Prasatbuntitya says that in the 2015 fiscal year, the province obtained Bt5.25 million to implement the Chiang Mai MICE project under the provincial development plan and substantially promote Chiang Mai's MICE industry.

The province is working towards the integration of all parties by strengthening the provincial MICE industry promotion committee so that it covers the whole MICE sector. The Governor will serve as chair.

Mr. Suriya says that Chiang Mai has set a direction for the provincial MICE industry development that emphasises the promotion of the regional market through a collaborative framework of GMS/BIMSTEC and Sister Cities in order to upgrade Chiang Mai as a destination for international meetings.

In the next few years, Chiang Mai will mainly focus on neighbouring countries and ASEAN. The province will play a role in supporting the MICE industry in 3 ways: 1) by incorporating the MICE City as a policy and key strategy for provincial development; 2) by acting as a central body to drive the policy forward and coordinate with relevant organisations to develop Chiang Mai as a true MICE City; and 3) by jointly setting clear targets and ensuring commitment of the organisations concerned, especially executives and policy makers, and creating a direction for the provincial MICE business.



ขยายเครือข่ายพันธมิตรเชียงใหม่ ร่วมพัฒนาศูนย์กลางข้อมูลไมซ์

ที่เสียบ ลงนามความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในเชียงใหม่ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมโรงแรมไทย (ภาคเหนือ) และ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อปลายเดือนมีนาคมที่ผ่านมา เพื่อร่วมกันพัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ภาคเหนือ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันเชียงใหม่ให้เป็นจุดหมายปลายทางการจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติระดับภูมิภาค

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เสียบ กล่าวในพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในครั้งนี้ว่า การส่งเสริมธุรกิจไมซ์ให้มีการเติบโตและสามารถก้าวสู่การแข่งขันในตลาดโลกได้นั้น องค์ความรู้ ข้อมูลต่างๆ เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนธุรกิจ ตลอดจนการกำหนดทิศทาง และ กลยุทธ์ของการสร้างไมซ์ไทยให้มีความเข้มแข็ง ดังนั้น ที่เสียบ จึงได้ดำเนินการจัดตั้ง MICE Intelligence Centre หรือ ศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์และบุคคลภายนอก

อย่างไรก็ตาม ที่เสียบ จำเป็นต้องหาพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาข้อมูล การผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพเพื่อนำไปใช้สำหรับการจัดการธุรกิจ โดยมีสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ให้การส่งเสริมการวิจัยอย่างมีทิศทาง การวางมาตรฐานด้านการวิจัย การเชื่อมโยงฐานข้อมูลการวิจัยของประเทศ และการจัดการความรู้

จากการวิจัยโดยการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยเฉพาะเป็นการเตรียมความพร้อมรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ทั้งนี้ ที่เสียบได้ขยายการให้บริการด้านองค์ความรู้ โดยปรับปรุงรูปแบบงานของ MICE Intelligence ด้วยการพัฒนาข้อมูล (Content Development) และพัฒนาบุคลากรของฝ่ายที่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้น ผ่านการเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานสถาบันทั้งในประเทศ ต่างประเทศ อีกทั้งยังสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลและงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์

MICE Intelligence ประกอบด้วย 4 แผนงานหลัก ได้แก่

MICE Cluster - ศูนย์กลางฐานข้อมูลของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เสียบได้รวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการและผู้ให้บริการมืออาชีพกว่า 800 รายที่อยู่ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมไมซ์ จำแนกตามเมืองไมซ์ซิตี้ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น

TCEB Library - ศูนย์กลางข้อมูลหนังสืออุตสาหกรรมไมซ์ โดยที่เสียบได้พัฒนาระบบ e-library รวบรวมหนังสือ บทความ งานวิจัย และสื่อต่างๆ ทั้งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ การบริหารจัดการ แนวโน้มของโลก รวมถึงเรื่อง AEC อันจะเป็นประโยชน์และสะดวกสบายในการสืบค้น ซึ่งคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ภายในเดือนกรกฎาคม 2558 นี้

MICE Industry Report - วิเคราะห์สถานการณ์ แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง สถิติต่างๆ ตลอดจนอุตสาหกรรมหลักๆ ที่ส่งผลต่อการจัดงานไมซ์ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ซึ่งจะออกเป็นรายไตรมาสตามปีปฏิทิน และมีการจัดพิมพ์เผยแพร่ให้แก่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์

MICE Intelligence Partnership - ศูนย์กลางเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์กับภาคอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งที่เสียบมีพันธมิตรจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่พร้อมร่วมสนับสนุนและผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ โดยหน่วยงานเหล่านี้ต่างพร้อมให้การสนับสนุนทั้งด้านข้อมูล การเชื่อมโยงเว็บไซต์ การบูรณาการและการอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้ประเทศไทยและผู้ประกอบการไมซ์มีความพร้อมเต็มที่

“ผมเชื่อมั่นว่า การลงนามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างที่เสียบ และ 4 หน่วยงานพันธมิตรดังกล่าว จะเป็นโอกาสดีที่จะมีการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยและข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมไมซ์ การเชื่อมโยงเว็บไซต์ และการจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างศักยภาพของไมซ์ไทยทั้งระบบ” นายณพรัตน์ กล่าวสรุป

CHIANG MAI STRATEGIC PARTNER NETWORK EXPANDED COLLABORATION TO DEVELOP MICE INTELLIGENCE

In late March 2015 TCEB signed a memorandum of understanding with strategic partners in Chiang Mai, namely the Pinkanakorn Development Agency, Chiang Mai Tourism Council, Thai Hotels Association (Northern Region), and the Faculty of Economics, Chiang Mai University under which the partners will work to develop a MICE Intelligence Centre in the Northern Region. This is an integral part of the plan to turn Chiang Mai into a premier destination for meetings and exhibitions in the region.

During the MOU signing ceremony, Mr. Nopparat Maythaveekulchai, TCEB's President noted that knowledge and information were crucial to drawing up business plans, directions and strategies for strengthening the Thai MICE industry as well as for promoting the growth of MICE business and enhancing its competitiveness in the international market.

The bureau was therefore establishing a MICE Intelligence Centre to serve as the central database to provide knowledge and information for MICE operators and other interested parties.

Strategic partners are however needed to support the development of information as well as quality and effective research to benefit business management. The office of the National Research Council of Thailand is supporting the centre through guiding research in the right direction and to the highest standards and linking it with national research and knowledge management.

Professionally managed research can enhance the capacities of Thailand's MICE industry especially in terms of preparation for the ASEAN Economic Community.

TCEB is now expanding its knowledge service by improving MICE Intelligence through content development. Personnel capacity will be developed through training at local and international institutes to achieve better knowledge and understanding of the MICE industry. Moreover, the

bureau is also establishing local and international strategic partners in the areas of data and research to allow for exchange of useful information for the industry.

MICE Intelligence comprises 4 major plans, as follows:

MICE Cluster – The TCEB is compiling a database of more than 800 MICE operators and service professionals in the MICE industry chain, which is categorised by MICE Cities namely Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Phuket and Khon Kaen.

TCEB Library – The TCEB is developing an e-library system and collecting articles, research and various media to provide content related to the MICE industry, management, global trends and the AEC. This will offer a beneficial and convenient tool for searches and the bureau expects the e-library service to be operational in July 2015.

MICE Industry Report – The MICE Intelligence will provide analyses of the current situation, industry trends, movement of competitors, statistics and major industries that affect the organising of both national and international events. The report will be released quarterly and distributed to organisations concerned.

MICE Intelligence Partnership – the centre linking industry information to strategic partners. The TCEB has strategic partners in both the public and private sectors that are ready to support the MICE industry. These organisations provide information support, links to their websites, integrated collaboration and facilities with the aim of strengthening Thailand and MICE entrepreneurs and preparing them for competition.

"I'm confident that the MoU between the TCEB and 4 strategic organisations will provide for the exchange of research and industry information through links to websites and activities designed to develop academic knowledge. These are key elements to enhance the capabilities of the Thai MICE industry as a whole," the President said.





ที่เลียบเลียงเจาะตลาดจีนคุณภาพกลุ่มองค์กร

ปัจจุบัน ตลาดจีนมีอัตราการเติบโตสูงมาก และจัดอยู่ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอันดับแรกของผู้ประกอบการไม่ว่าในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย ดังนั้น ที่เลียบจึงได้จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ระหว่างหน่วยงานพันธมิตรเมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา เพื่อจัดทำแผนงานส่งเสริมการตลาดจีนในกลุ่มลูกค้าองค์กรที่มีกำลังซื้อสูง โดยกำหนดตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางระดับพรีเมียมสำหรับกลุ่มการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ที่เลียบ เปิดเผยว่าประเทศจีนเป็นตลาดหลักที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางธุรกิจเข้ามาจัดการประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวและรายได้ขึ้นมาเป็นอันดับหนึ่งในปีงบประมาณ 2557 แทนที่ตลาดอินเดีย ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว 101,776 คน นำรายได้เข้าประเทศ 8,237 ล้านบาท

ภายใต้แผนกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ที่เลียบ จะมุ่งเน้นตลาดจีนที่มีคุณภาพ โดยเจาะกลุ่มลูกค้าองค์กรที่มีศักยภาพสูงในการจัดงาน ซึ่งที่เลียบและพันธมิตรได้ถกกันถึงแนวทางในการปรับสถานะของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางระดับพรีเมียมด้วยการสื่อสาร สินค้า และบริการ ให้ตอบสนองความต้องการของตลาดคุณภาพ พร้อมทั้งระบุถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน รวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมตลาดระดับบน

จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า มณฑลที่มีกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงส่วนมากจะอยู่ใน 3 มณฑล คือ เซี่ยงไฮ้ กวางเจา และปักกิ่ง โดยส่วนใหญ่จะอยู่ใน 5 อุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ไอที ซอฟต์แวร์ อุตสาหกรรมการผลิตยา อาหารเสริม อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ หรือชิ้นส่วนการบิน อุตสาหกรรมเครื่องสำอางค์ และ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐในประเทศจีน

ขณะที่ตลาดรองลงไปจะเป็นเมืองที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ เฉินตู และเซินเจิ้น รวมไปถึงตลาดอื่นๆ ในเมืองที่มีเส้นทางบินตรงเข้าสู่ประเทศไทยและเป็นเมืองเศรษฐกิจที่กำลังเติบโต เช่น หังโจว ฉงชิ่ง และคุนหมิง

ทั้งนี้ ที่เลียบจะร่วมมือกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการประชุมคัดเลือกสถานที่จัดประชุมและแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นพิเศษเฉพาะสำหรับกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง (destination and activity for luxury target) เพื่อนำมาทำแคมเปญส่งเสริมการตลาดในประเทศจีน พร้อมนำเสนอเมกะอีเวนต์ให้การสนับสนุนการจัดงาน หวังดึงดูดขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมงานตั้งแต่ 1,000 คน ให้เข้ามาจัดในประเทศไทย โดยเน้นกลุ่มที่มีศักยภาพ อาทิ กลุ่มธุรกิจขายตรง เช่น แอมเวย์ นูสกิน หรือกลุ่มสมาชิกใน MLM (Multi-level marketing)

ในขณะเดียวกัน ที่เลียบ จะแต่งตั้งตัวแทนในตลาดหลักและตลาดที่มีศักยภาพ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับบริษัทจัดการการท่องเที่ยว

เที่ยวรายใหญ่ในประเทศจีน

ที่เลียบ จะเร่งการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ในศักยภาพของอุตสาหกรรมประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทยผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมเทรดโชว์ IT&CM China ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ ในเดือนเมษายน และ IBTM China ณ เมืองปักกิ่ง ในเดือนสิงหาคม การจัดกิจกรรมเทรดโชว์ในเมืองปักกิ่ง และกวางโจว ตลอดจนร่วมมือกับพันธมิตรในตลาดจีนจัดกิจกรรมทัศนศึกษา ดูงานให้กับกลุ่มลูกค้าองค์กร และตัวแทนบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้มีประสบการณ์ตรงในการใช้สินค้าและบริการสำหรับการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

นอกจากนี้ ที่เลียบ เตรียมจัดทำคู่มือ Thailand meeting planners guide เป็นภาษาจีน เนื่องจากองค์กรในประเทศจีนยังได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางธุรกิจยังไม่กว้างขวางพอ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้ข้อมูลที่ทันสมัยเป็นปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และนิตยสาร

นางศุภวรรณ กล่าวว่า นอกจากสถานที่จัดงานในรูปแบบพิเศษแล้ว จะต้องนำเสนอกิจกรรมสร้างสรรค์สังสรรค์ที่น่าสนใจ เนื่องจากจีนต้องการมีประสบการณ์กับคนไทยในพื้นที่จัดงานด้วย รวมไปถึงกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์องค์กร (Team building)

อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาและอุปสรรคหลายด้านในการนำเสนอประเทศไทยให้เป็นสถานที่การจัดประชุมองค์กร หรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ขาดการอำนวยความสะดวกในกระบวนการทำเอกสารการเข้าเมือง (Visa and Visa on arrival) และ ความยุ่งยากและซับซ้อนของระเบียบศุลกากรในการนำเข้าสินค้ามาใช้ในการจัดประชุม

เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ไอที ซอฟต์แวร์ ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญ ซึ่งอุปกรณ์เทคโนโลยีมีค่าใช้จ่ายสูง และยังมีควมล่าช้า เช่น การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพสูง LED ใช้ในสถานที่ประชุมมีราคาแพง หรือไม่มีผู้ให้บริการ

ในขณะที่ความพร้อมในการสื่อสารเป็นภาษาจีน ทักษะของผู้ให้บริการในภาคการท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ และผู้แทนการขายที่ยังมีจำกัด ก็เป็นประเด็นที่จะต้องเร่งดำเนินการแก้ไขเช่นกัน

นางสาววิชญา สุนทรสารทูล ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ ที่เลียบ กล่าวเสริมว่า ปัจจุบัน ประเทศเป้าหมายของกลุ่มตลาดลูกค้าจีนระดับ Tier 1 จะอยู่ในโซนยุโรป อเมริกา และดูไบ ตามด้วยประเทศเป้าหมายของกลุ่มลูกค้าระดับ Tier 2 ได้แก่ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนประเทศเป้าหมายใน Tier 3 จะอยู่ในโซนญี่ปุ่น เกาหลี ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไต้หวัน

จากการสนทนากลุ่ม ผู้ประกอบการไม่ให้ความเห็นว่า ในเบื้องต้น ที่เลียบ ควรจะเร่งสร้างการรับรู้ของผู้ประกอบการในประเทศจีนมากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของที่เลียบ

นอกจากนี้ การประชุมกลุ่มลูกค้าองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานหลายร้อยคน จะมีระยะเวลาในการวางแผนและตัดสินใจจัดการประชุมองค์กร (lead time) ไม่เกิน 3 เดือน สั้นที่สุดคือ 1 อาทิตย์ ซึ่งถึงเป็นความท้าทายอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการไมซ์ไทย

TCEB TAPS INTO QUALITY CHINESE CORPORATE MARKET

A high-growth market, China is today considered by many countries, Thailand included, as a top target for the MICE industry. Taking this into account, TCEB organised a focus group among its strategic partners in March 2015 to create a marketing plan to penetrate the high-quality corporate Chinese market. The meeting defined the obvious target markets and strategies to enhance Thailand's image as a premium destination for meetings and incentive travel.

Mrs. Supawan Teerarat, Vice-President for TCEB's Strategic and Business Development, notes that China is a major market and boasts continued growth in business visitors attending meetings and incentives in Thailand. Chinese MICE visitors to Thailand in the 2014 fiscal year surpassed India to become the top-ranked with 101,776 MICE visitors and Bt8.237 billion in revenue.

In line with its marketing promotion strategies, TCEB will focus on the quality Chinese market by tapping the high-potential corporate segment to organise their events in Thailand. The bureau and its strategic partners discussed the guidelines to reposition Thailand as a premium destination through the development of communications, products and services needed to respond to the demands of this quality market.

In addition, the meeting also defined the clear target customers as well as problems and obstacles in promoting the high-end market.

A preliminary study showed that most of the high-quality corporate companies in IT software, pharmaceuticals, automobile parts and direct sales industry are located in major economic hubs including Shanghai, Guangzhou and Beijing. Chinese organisations in the public sector are also being eyed.

A secondary market covers the high potential cities of Chengdu and Shenzhen as well as other emerging cities connected by direct flights to Thailand such as Hangzhou, Chongqing and Kunming.

TCEB will join forces with the private sector in the meeting industry to choose outstanding and unique meeting venues and tourist destinations for the luxury target and these will form the basis for a marketing campaign targeting the Chinese market.

In addition, the bureau has introduced a mega event promotion to attract large-scale events with delegates exceeding 1,000 persons to Thailand. The campaign is designed to tap into potential groups including direct-sales businesses such as Amway and Nu Skin as well as multi-level marketing (MLM) companies.

TCEB will also appoint representatives in major and

potential markets to ensure an effective approach to the target corporate market and will collaborate with leading travel agents in China.

The bureau will speed up the public relations and enhance the perception of the potential of Thailand's meeting and incentive industry through participation in IT&CM China in Shanghai and IBTM China in Beijing as well as by organising road shows in Beijing and Guangzhou.

It will also join with strategic partners in Chinese market in organising fam trips allowing Chinese corporate and travel operators to gain direct experience of products and services for meetings and incentive travel in Thailand.

Moreover, the bureau is preparing to produce a Thailand meeting planners guide in the Chinese language, thus enabling Chinese corporations to obtain more information about business events in Thailand. Up-to-date information about Thailand's MICE industry will be disseminated via the website, social media and through the magazine.

Mrs. Supawan adds that the interesting CSR activities must be proposed as well as exclusive event venues, because Chinese corporate clients need to engage with the local people in the meeting areas. Creative ideas for team-building activities are also required.

However, there are problems and obstacles in presenting Thailand as a premium destination for meetings and incentives, among them the lack of convenient procedures in applying for visas, no visa on arrival and overly complicated customs procedures for the import of goods for the meetings.

IT or software is another crucial factor to be addressed given the high costs and outdated technology. For example, high-definition LED screen display rental for meeting rooms is very high and there are no service providers.

In addition, the lack of readiness in Chinese communication and the skills of service providers in the tourism sector including tour guides and sales representatives are other issues that must be tackled urgently.

Ms. Vichaya Soonthornsaratoon, TCEB's Director of Conventions Department adds that the target Tier 1 countries for the Chinese corporate market are Europe, United States and Dubai. Australia and New Zealand fall into the Tier 2 countries while the Tier 3 countries are Japan, Korea, Thailand, Malaysia, Singapore and Taiwan.

At the focus group meeting, MICE operators suggested that TCEB initially concentrate on enhancing the perception and role of the bureau among entrepreneurs in China.

It was also noted that corporate meetings and incentive travel groups with hundreds of delegates will have a maximum of only 3 months lead time with the shortest being just one week. This presents a huge challenge for Thai MICE operators.

สนับสนุนศูนย์การเรียนรู้เยาวชน

นางสาวปาริฉัตร เสวตเสรีนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร ที่เส็บ เป็นผู้แทนองค์กรรับมอบโล่เกียรติคุณเนื่องจากสนับสนุนการจัดตั้ง “ศูนย์การเรียนรู้กีฬาวอลเลย์บอลเยาวชนชายแดน” โรงเรียนบ้านไทยสันติสุข จังหวัดสุรินทร์ โดยมี พล.ท. ธวัช สุกปลั่ง แม่ทัพภาคที่ 2 เป็นผู้มอบ

ศูนย์การเรียนรู้ดังกล่าว เป็นการดำเนินงานของกองบัญชาการกองกำลังสุรนารี ร่วมกับครอบครัวข่าว 3 เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนตามแนวชายแดนมีสถานที่ และอุปกรณ์ฝึกซ้อมที่ทันสมัยและพัฒนาศักยภาพสู่ระดับนานาชาติ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ตะเข็บชายแดนทั้งด้านสุขภาพและสังคม



TCEB SUPPORTS YOUTH LEARNING CENTRE

Ms. Parichat Svetasreni Director of Marketing and Corporate Image Department, TCEB presented financial support towards the setting up a Border Youth Volleyball Learning Centre at Ban Thai Santisuk School, in Surin Province to its representative, Army Chief Lieutenant General Tawat Sookplang.

The learning centre has been developed through the collaboration of Suranaree Forces and KrobKruaKao3 Family and will provide a venue and modern sport training equipment for border youth. The centre will help support the youths’ skills in volleyball to an international standard while benefiting their health and society as a whole.



NORTHEASTERN STRATEGIC PARTNERSHIPS ESTABLISHED

In a bid to establish strategic partnerships with both public and private sector agencies to strengthen capacities in the D-MICE industry, TCEB held the second Familiarization Trip from February 26 to 28, 2015 at the Wishing Tree Khon Kaen Resort. The event was designed to integrate the plans of the Ministry of Tourism and Sports as well as to promote better understanding of the MICE industry among provincial Tourism and Sports offices in the Northeastern Region.

Participants included officials from the Ministry of Tourism and Sports’ Permanent Secretary Office, Tourism and Sports provincial offices in 18 Northeastern provinces, Khon Kaen University, Khon Kaen Federation of Thai Industries, Khon Kaen Tourism Business Association, Thai Exhibition Association, Thailand Incentive and Convention Association, and Business of Creative and Event Management Association.

สร้างเครือข่ายพันธมิตรภาคอีสาน

ที่เส็บจัดโครงการ “สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ” ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 26-28 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมวิชชิง ทรี รีสอร์ท จังหวัดขอนแก่น เพื่อบูรณาการแผนงานร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งให้สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมโครงการ ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัด มหาวิทยาลัยขอนแก่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน