

TCEB NEWSLETTER



www.tceb.or.th

Issue 3
September-October 08



THAILAND SETS AN AGGRESSIVE STRATEGY TO BE TOP MICE DESTINATION

The Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) has unveiled a 2009 offensive to enhance the local meetings, incentives, conventions and exhibitions market as the preferred MICE destination in Asia.

Since the inception of the TCEB, a state agency to support and promote the MICE industry, in 2004, the market has been growing rapidly in terms of number of visitors and revenue.

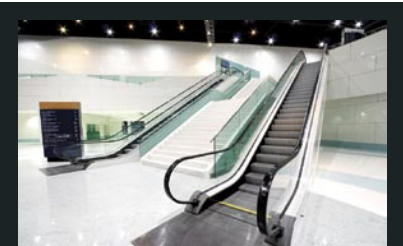
"TCEB will be making a greater effort to expand the MICE market with a budget of Bt850 million, particularly in terms of high-quality international exhibition events. This will help stimulate the economy, commerce and investment in the country", said Natwut Amornvivat, president of TCEB.

This year, TCEB expects to attract 940,000 visitors, up 20 per cent from last year, generating Bt65 billion in revenue. Despite the political unrest and the global economic slowdown, the bureau remains optimistic on the 2009 market outlook with a target of 1.2 million travellers, up 19 per cent from 2008, generating Bt100.46 billion in revenue.

อ่านต่อหน้า 4 / See page 4

สสพ. เปิดแผนเชิงรุก ดันไทยศูนย์กลางไมซ์ แห่งเอเชีย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และ
นิทรรศการ หรือ สสพ. กำหนด
ยุทธศาสตร์ปีหน้า พลิกดันไทยเป็น
ศูนย์กลางธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยว
เกี่ยวเพื่อเป็นรางวัล สัมมนา และการแสดง
สินค้านานาชาติ (Meetings, Incentives,
Conventions and Exhibitions-MICE)



MICE STANDARD INITIATIVE

MICE Security Management System has been created as an innovative mechanism to enhance safety and security standards

PATTAYA SET TO BE A REGIONAL HUB

TCEB has played a greater role in strengthening a world-famous beach resort city as a preferred destination for MICE



INTERVIEW:

JEREMY PINK

Why CNBC Asia-Pacific chose Thailand for this year's CNBC Business Leaders Awards



3 MESSAGE FROM THE PRESIDENT



4-7 THAILAND SETS AN AGGRESSIVE STRATEGY TO BE TOP MICE DESTINATION



8 THE MICE SECTOR'S GROWING ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS



9 TCEB IN SECURITY STANDARD INITIATIVE



10 KINGDOM HOSTS PRESTIGIOUS CNBC AWARDS



11 IT&CMA / CTW ASIA -PACIFIC – A SEAMLESS TRAVEL SHOW



12-13 BRIGHT PROSPECTS FOR ICT INDUSTRY ADDRESSED AT ITU TELECOM ASIA



14 PATTAYA MOVES TO BECOME A WORLD MICE DESTINATION

15 MICE WINDOW

16 TCEB DEVELOPS DATABASE FOR COMPETITIVE MICE



THAILAND
convention & exhibition bureau
TCEB Newsletter

Chief Operating Officer: **Aeumsree Boonhachairat**

Editor: **Patcharee Lueng-uthai**

E-mail: patcharee@nationgroup.com

Contributors: **Suchat Sritama, Naipaporn Narata, Jiranond Suvarnasingha, Nichaya Tosanguan**

Copy Editor: **Brian Roddis**

Art Director: **Pradit Phulsarikij**

Photos: **Nation photographers, TCEB**

Assistant Senior Vice President - Supplement: **Wararak Leelertphan**
Tel: **02-338-3565**

E-mail: wararak@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**

TCEB - Marketing Communication:
Harisuda Boonyawat, Arisara Thanuplang

THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU (TCEB)

Siam Tower, 27th Floor, 989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok 10330
Tel: +66 2 694 6000
Fax: +66 2 658 1411
E-mail: info@tceb.or.th



MESSAGE FROM THE PRESIDENT

WELCOME TO our third newsletter. Significantly, we have just redesigned the publication, providing our readers with more updated and useful information. We expect this publication to be another communication channel of benefit to operators in the MICE industry.

Meanwhile, the newsletter will enable the government agencies concerned, associations and other partners to have access to the results of TCEB operations and the progress on activities.

In addition, one of our most important sources of data is the 'MICE intelligence', offering information and statistics that feature an overview of the past, present and future MICE industry, and which is now available at our website (www.tceb.or.th). TCEB is planning to develop the analysis in order to provide more comprehensive information and figures, which will be vital for MICE operators.

Following the earlier signing of a memorandum of understanding with the Bangkok Metropolitan Administration to launch a "Bangkok: the Exhibition City of ASEAN" campaign to drive the capital as a leading international meeting and exhibition destination, there are many things to do next year. We will continue to cultivate more innovative projects and events to enhance Thailand's MICE capabilities and offerings.

TCEB has completed the 2009 strategic plan with an ambitious goal to become the top regional MICE centre. Moreover, we will set up a MICE Intelligence Centre next year to assist business travellers during their stay in Thailand, as well as tying up with the Thailand Industrial Standard Office to initiate MICE security standards.

Finally, we are really confident that despite the country's political turmoil, we can break through the difficulties and keep the market growing through our full efforts and cooperation. TCEB will seriously focus on restoring the nation's image and launching campaigns with a view to retaining events as far as is possible. One important activity is the TCEB Plus campaigns, created recently to support meetings, incentives, conventions and exhibitions. Details are available on our website.

We would like to thank you very much for your thoughts and ideas on how to make this a more interesting and useful newsletter. Please keep your feedback and suggestions coming.

Sincerely,
Natwut Amornvivat
TCEB President

สารจากผู้อำนวยการ

ขอต้อนรับท่านผู้อ่านวารสารข่าว สสปน.ทุกท่าน สำหรับฉบับที่สามนี้ (กันยายน-ตุลาคม) สสปน. ได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบให้มีความทันสมัยมากขึ้น และนำเสนอข้อมูลข่าวสารล่าสุดที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในแวดวงธุรกิจไมซ์ สมาคม ตลอดจนหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวและความคืบหน้าในการดำเนินงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง

สิ่งสำคัญที่สุดประการหนึ่งก็คือ การวิเคราะห์ภาพรวมตลาดไมซ์ ซึ่งข้อมูล และสถิติต่าง ๆ จะมีความสำคัญอย่างมากต่อผู้ประกอบการ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน และพัฒนาธุรกิจต่อไป โดย สสปน. มีโครงการจะพัฒนาการวิเคราะห์ตลาดในเชิงลึก ทั้งสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง และตอบสนองความต้องการมากขึ้น ทั้งนี้ผู้สนใจสามารถหาข้อมูลได้ในเว็บไซต์ของ สสปน. (www.tceb.or.th)

หลังจากที่ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจกับกรุงเทพมหานคร ในการเปิดตัวโครงการกรุงเทพฯ:มหานครแห่งการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของอาเซียน เพื่อร่วมกันประกาศศักยภาพของกรุงเทพฯ ในฐานะศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของอาเซียนภายในปี 2553 แล้ว ในปีหน้า สสปน. จะดำเนินกิจกรรมการตลาดที่เข้มข้นยิ่งขึ้น ซึ่งขณะนี้ได้จัดทำแผนการตลาดปี 2552 เสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยมีแผนริเริ่มโครงการใหม่ ๆ เช่น การร่วมมือกับสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) ในการกำหนดมาตรฐานการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และโครงการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม

แม้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมือง แต่ผมเชื่อมั่นว่า ด้วยความร่วมมือกันอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง จะส่งผลให้เราสามารถผ่านพ้นวิกฤตการณ์ครั้งนี้ไปได้ โดย สสปน. จะมุ่งเน้นการฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศ และสร้างความมั่นใจให้กับนานาประเทศ เพื่อดึงดูดงานเข้ามาจัดในประเทศไทยให้มากที่สุด

เพื่อแก้ไขสถานการณ์นี้ นอกจากการฟื้นฟูภาพลักษณ์ประเทศแล้ว สสปน. ได้ออกมาตรการ 'Plus Campaign' เพื่อส่งเสริม และกระตุ้นการประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้า ที่จะจัดขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่เดือนนี้ไปจนถึงสิ้นเดือนธันวาคม 2551 โดยท่านสามารถดูรายละเอียดได้ในเว็บไซต์ สสปน.

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณทุกความเห็นที่ท่านกรุณาให้เข้ามาเพื่อให้เราปรับปรุงวารสารข่าวให้ดีขึ้นคุณภาพมากขึ้น เพื่อประโยชน์ของอุตสาหกรรมไมซ์โดยรวมครับ และหวังว่าจะได้รับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากท่านในคราวต่อไป

ณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์
ผู้อำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม
และนิทรรศการ (องค์การมหาชน)



Under its strategic plan for 2009, the bureau will be focusing on three main areas: approaching new overseas businesses, building Thailand's image as a MICE destination and enhancing human resources, including IT improvement.

Natwut said TCEB is preparing to organise a roadshow in 11 potential markets, covering Australia, Japan, China, Taiwan, Europe and the Middle East, bringing local operators to meet MICE associations and organisers.

Meanwhile, the bureau will lead local operators and organisers to join international trade shows, and also invite the prime minister to participate in some crucial events.

Secondly, TCEB will launch campaigns to enhance the image of Thailand and its competitiveness as the preferred destination for MICE events.

With international accreditation for its world-class convention and exhibition centres, hospitality and a variety of tourism products, Thailand's MICE industry has plenty of potential for growth.

Moreover, the Kingdom offers lower costs than competitors such as Hong Kong, Singapore, Taiwan, Macau and Malaysia.

Finally, the bureau plans to team up with educational institutes and private organisations to formulate a curriculum to produce more specialists and related services. Training courses will also be created to enhance the quality and capability of employees in the industry.

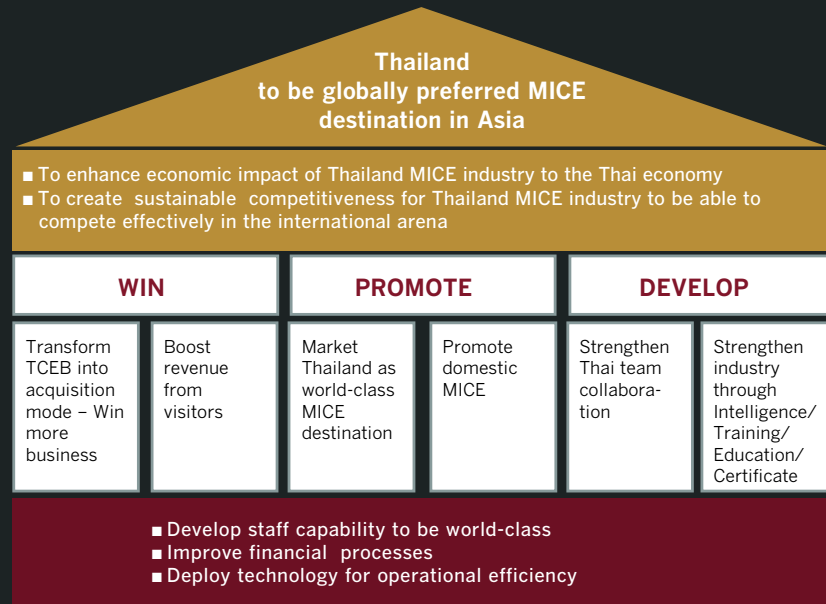
Natwut said another new initiative is MICE Intelligence, created to provide comprehensive marketing data and crucial information for crafting a competitive advantage in Thailand's MICE industry.

Moreover, TCEB also acts as a central body to coordinate with the state agencies concerned including the Customs Department and the Immigration Bureau to facilitate and assist MICE visitors.

In addition, TCEB will soon propose to the agencies concerned that business laws be revised in order to lift obstacles for further MICE development.

One urgent matter should be a tax rebate and amendment

TCEB STRATEGY TEMPLE



Continued on page 6



เรื่องจากปก

นับตั้งแต่รัฐบาลได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ หรือ สสปน. ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 ในฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย สสปน. ได้มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้ธุรกิจไมซ์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และประสบความสำเร็จในการชนะการประมูลการประชุม สัมมนา การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการใหญ่ ๆ หลายงาน โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 (ตุลาคม 2551 - กันยายน 2552) สสปน. ได้เตรียมอัดฉีดงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด และกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้นจาก 610 ล้านบาทในปีนี้เป็น 850 บาทในปีหน้า เพื่อดำเนินกลยุทธ์การตลาดให้เข้มข้นมากขึ้น และกระตุ้นให้นักธุรกิจจากทั่วโลกเดินทางเข้ามาประเทศไทยซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการเพิ่มจำนวน และรายได้เท่านั้น ยังเป็นส่วนช่วยการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย

ณัฐวุฒิ ออมวิวัฒน์ ผู้อำนวยการ สสปน. คาดว่า ในปีนี้จะมีจำนวนผู้ที่เดินทางเข้ามาเพื่อร่วมประชุม สัมมนา และการจัดแสดงสินค้า รวมแล้วกว่า 940,000 คน นำรายได้เข้าประเทศราว 65,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ทางด้านการเมืองที่เกิดขึ้นในขณะนี้อาจจะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้บ้าง

ถึงกระนั้นก็ตาม ในปีหน้า สสปน. ยังคงเชื่อมั่นว่า ธุรกิจไมซ์ของไทยจะยังคงขยายตัว โดยคาดการณ์ว่า จะมีจำนวนผู้ที่เดินทางเข้ามาเพื่อธุรกิจไมซ์เติบโตในอัตราสูงถึง 19 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีนี้ หรือเป็นจำนวนประมาณ 1.2 ล้านคน และจะนำรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่าถึงกว่า 100,000 ล้านบาท

BIG EVENTS

TCEB'S WINNING BIDS FOR 2008 AND 2009

1 Asean Energy Business Forum 2008
การประชุมรัฐมนตรีพลังงานอาเซียน 2008

2 Round Table World Council Meeting
2008
การประชุมโต๊ะกลมสากล 2551

3 The 24th Pacific Insurance Conference
2009
การประชุมสมาคมบริษัทประกันชีวิตแห่งแปซิฟิกครั้งที่ 24

4 Energex 2009
การประชุมพลังงานโลก 2552

5 Asia Pacific Federation of HRM Congress
2009
การประชุมสหพันธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลแห่งเอเชีย
แปซิฟิก 2552

6 International Harm Reduction
Association Annual Conference 2009
การประชุมประจำปีสมาคมการลดภัยอันตรายนานาชาติ
2552

7 Asia Veterinary Conference (NAVC)
2009-2014
การประชุมสัตวแพทย์ศาสตร์แห่งเอเชีย 2552-2557

8 Professional Records & Information
Services Management 2009
การประชุมการบริหารการบริการ และการบันทึกข้อมูลอย่าง
มืออาชีพ 2552

9 ICM Charity Amnesty International 2009
การประชุมสมาคมอาสาสมัครช่วยการอนุรักษ์ธรรมชาติ
ปรโลก 2552



of regulations to allow exhibitors to leave used materials in the Kingdom instead of sending them back to their home countries.

Without doubt, the government will be seriously focusing more on the MICE market as a driver for growth in the tourism industry and the overall economy.

A recent survey conducted by Industry Survey Magazine found that Bangkok has the potential to become a MICE city in the region because of its many well-established venues. Meanwhile, the prolonged traffic chaos of Bangkok has been substantially alleviated with a greatly more efficient transport infrastructure system.

The government is also planning to build more convention centres in major tourist destinations such as Chiang Mai and Phuket.

The research also found that room rates for hotels in Bangkok are only half of those in Singapore, which could motivate more customers to come to Thailand.

ณัฐวุฒิ กล่าวว่า หลังจากที่ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังตลอดสองทศวรรษที่ผ่านมา จนกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของโลก และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในภูมิภาค ขณะนี้รัฐบาลกำลังเผชิญกับการท้าทายในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางด้านการจัดประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้าแห่งภูมิภาคเอเชีย

สสพ. ได้กำหนดยุทธศาสตร์ปี 2552 เรียบร้อยแล้ว โดยวางกรอบใหญ่ ๆ ไว้ 3 ด้าน คือ การรุดตังงานระดับนานาชาติเข้ามามากขึ้น การเร่งสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับของนานาชาติถึงศักยภาพ และความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ และการพัฒนาบุคลากรทุกระดับควบคู่กับการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศของอุตสาหกรรมไมซ์ให้ทันสมัย

ณัฐวุฒิ กล่าวว่า สสพ. จะดำเนินการเชิงรุกในการเสนอตัวเข้าประมูลงานที่เคยจัดในต่างประเทศให้เข้ามาจัดงานในเมืองไทย ประกอบด้วยการออกไปโรดโชว์ซึ่งเตรียมไว้ถึง 11 ครั้ง ในขณะที่เดียวกันจะเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์อีก 8-9 ครั้ง ในหลายประเทศ ได้แก่ ยุโรป ออสเตรเลีย แอฟริกา และตะวันออกกลาง

นอกจากนี้จะมีการจัดแฟรมหทริป โดยพาผู้ประกอบการไมซ์ของไทย โรงแรม และบรรดาบริษัทผู้จัดงาน เดินทางไปพบกับคู่ค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในประเทศต่าง ๆ ในขณะเดียวกัน สสพ. จะนำหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องออกไปเจรจากับกลุ่มเป้าหมายด้วย

สำหรับกลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศไทยนั้น ณัฐวุฒิ กล่าวว่า สสพ. มีแนวคิดจะเชิญนายกรัฐมนตรีไปร่วมงานแสดงสินค้าใหญ่ ๆ ประมาณ 2-3 ครั้ง โดยจะไปสวีเดนและแคนาดา และญี่ปุ่นช่วงต้นปี ตามด้วยตะวันออกกลางในกลางปีเพื่อให้ต่างประเทศได้เห็นถึงความพร้อม และความสามารถในการจัดงานต่าง ๆ ของประเทศไทย และความพร้อมที่ไทยจะเดินหน้าสู่การเป็นเมืองไมซ์

ด้วยความเปรียบพร้อมของสถานที่ในการจัดประชุมระดับนานาชาติ ประกอบกับต้นทุนการจัดงานที่ถูกกว่าประเทศคู่แข่งสำคัญ เช่น ฮองกง สิงคโปร์ เกาหลี มาเก๊า และมาเลเซีย รวมไปถึงการมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสำหรับรองรับผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตาม จึงเชื่อมั่นว่าประเทศไทยจะมีโอกาสบรรลุเป้าหมายได้อย่างแน่นอน

ในอีกด้านหนึ่ง จะมีการเชิญคู่ค้าจากต่างประเทศ ผู้จัดงานแสดงสินค้า สื่อมวลชน และสมาคมที่เกี่ยวข้องจากทั่วโลก เข้ามาดูความพร้อมต่าง ๆ ด้วยตัวเอง โดย สสพ. จะเน้นให้เห็นว่าประเทศไทยมีความปลอดภัยสูง แม้ว่าจะมีความเคลื่อนไหวทางการเมืองภายใน แต่ไม่ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจเหล่านี้

ส่วนกลยุทธ์ที่สาม คือ การพัฒนาบุคลากรระดับต่าง ๆ ที่ทำงานอยู่ในภาคธุรกิจไมซ์ ให้มีขีดความสามารถเทียบเท่านานาชาติ ในระยะแรกจะร่วมมือกับสมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ทีกา) สมาคมการจัดแสดงสินค้า และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อผลิตบุคลากรให้รองรับการเติบโตของธุรกิจไมซ์ในอนาคตในเวลาเดียวกันก็จะจัดการฝึกอบรมพนักงานที่ทำงานอยู่แล้วให้มีขีดทักษะ และความสามารถมากขึ้น

สิ่งสำคัญอีกประการที่ สสพ. ได้ริเริ่มขึ้น คือ การจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้าที่เป็นประโยชน์ ทั้งด้านข้อมูลเชิงลึก งานวิจัยสถิติ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงแก่ผู้ประกอบการไมซ์ (MICE Intelligence)

นอกจากนี้ สสพ. ยังเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น กรมศุลกากร, สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง เพื่อให้บริการด้านการท่องเที่ยว อำนวยความสะดวก และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาประชุม หรือร่วมงานต่าง ๆ ในประเทศไทยด้วย

ส่วนในอนาคตอันใกล้ จะมีการปรับปรุงข้อมูลหมายเหตุบางประการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น มาตรการ

แผนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์แห่งชาติ





การคืนภาษีที่จะต้องรวดเร็วมากขึ้น หรือระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับวัสดุ อุปกรณ์ที่นำเข้ามาแสดงในงาน จากเดิมที่กฎหมายบังคับต้องนำกลับไป ด้วย โดยจะอนุญาตให้สามารถบริจาคเพื่อใช้ประโยชน์อื่นในประเทศ เพื่อเป็นการลดภาระของผู้เข้ามาประชุม ซึ่งในต่างประเทศเริ่มใช้ มาตรการนี้แล้ว

สาเหตุหนึ่งที่เชื่อว่าธุรกิจการประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้าใน ประเทศไทยจะมีการขยายตัวเติบโตต่อเนื่อง เพราะผลจากการสำรวจของ นิตยสารชื่อ Industry Survey Magazine ระบุว่า จุดเด่นที่สุดของประเทศ ไทยคือ การเป็นเมืองที่มีความคุ้มค่า ไม่ว่าจะเป็นสถานที่จัดงาน ราคา ห้องพักซึ่งถูกกว่าสิงคโปร์ถึง 50 เปอร์เซ็นต์ และมีการบริการเป็นเลิศ นอกจากนี้ยังมีศูนย์การแสดงสินค้าทันสมัยในกรุงเทพฯ เช่น ไบเทค

บางนา อิมแพค เมืองทองธานี ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และ บางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ส่วนในต่างจังหวัดก็มีศูนย์ ประชุมขนาดใหญ่ พิษ พัทยา และในขณะที่รัฐบาลกำลังวางแผน ก่อสร้างศูนย์ประชุมเชียงใหม่ และภูเก็ตด้วย

นิตยสารดังกล่าวยังยกย่องประเทศไทยว่ามีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวหลังเสร็จสิ้นการประชุม ซึ่งปัญหาด้าน การจราจร ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ และโครงข่ายระบบการ คมนาคม ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้สามารถอำนวยความสะดวกได้เป็น อย่างดี



จับกระแสธุรกิจใหม่ ต้นตัวลดภาวะโลกร้อน

ในขณะที่รัฐบาล องค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชนในภาคธุรกิจ และอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั่วโลก เริ่มตระหนักถึงผลกระทบจากภาวะโลกร้อนมากขึ้น จนกลายเป็นประเด็นหลักที่ถูกนำมาถกกันในระดับพหุภาคี ธุรกิจด้านการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้านานาชาติ ก็มีความตื่นตัวในการกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันผลกระทบสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน

ลี แฮร์รี ประธานสมาคมการจัดประชุมนานาชาติ หรืออิก้า (International Congress and Convention Association) กล่าวยอมรับว่า ทั้งการเดินทางท่องเที่ยว การจัดประชุม หรือการแสดงสินค้า ล้วนแล้วแต่เป็นส่วนหนึ่งของต้นตอปัญหา ซึ่งผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสมควรมีส่วนต้องรับผิดชอบ โดยในการประชุมของสมาคมครั้งล่าสุดที่มีสมาชิกทั้งหมด 815 ประเทศทั่วโลก ทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สายการบิน ผู้ประกอบการศูนย์การประชุม และนิทรรศการเข้าร่วมประชุม จึงได้มีการกำหนดแนวทางความร่วมมือในนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ ซีเอสอาร์ (Corporate Social Responsibility)

สำหรับประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้เช่นกัน โดยได้ริเริ่มแนวคิด “กรีน มีทติ้ง” (Green Meeting) หรือ การจัดประชุมด้านภัยโลกร้อนในรูปแบบของไทยเพื่อความยั่งยืน (Sustainability)

เมื่อ “ทรัพยากรธรรมชาติ” เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการจัดการประชุม ในที่นี้อาจรวมถึงการจัดนิทรรศการ การแสดงสินค้า และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การปรับปรุงการประชุมสีเขียว จึงมีความหมายมากกว่าการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังรวมถึงการนำพาอุตสาหกรรมนี้สู่ความยั่งยืนในระยะยาว

สสปน. มีข้อเสนอแนะแนวทางพื้นฐานง่าย ๆ และสร้างสรรค์อันมาจากการรวบรวมแนวทางปฏิบัติจริงในหลายองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินนโยบายสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้สนใจสามารถศึกษาข้อมูลได้ที่เว็บไซต์ www.tceb.or.th เพื่อนำมาปรับใช้ ไม่ว่าจะเป็นการลดการใช้ทรัพยากรที่ใช้ในการประชุมสัมมนา อย่างเช่น ลดการใช้กระดาษ หันมาใช้อุปกรณ์ด้านอิเล็กทรอนิกส์ช่วย, หลีกเลี่ยงการใช้ขวดน้ำพลาสติก เปลี่ยนเป็นเติมน้ำจากแก้ว และหมุนเวียนนำน้ำที่เหลือจากการดื่มไปรดน้ำต้นไม้, การคืนป้ายชื่อผู้สัมมนาหลังเลิกกิจกรรม, ควบคุมอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศ, ใช้วัสดุที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และพลังงานเข้ากับการอนุรักษ์ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

นอกเหนือจากนั้น ความได้เปรียบด้านสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมไทย ยังสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยปรับตัวสู่ “กรีน มีทติ้ง” โดยเฉพาะการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติของไทย เช่น ใบตอง ดอกไม้ หรือนวัตกรรมภาชนะจากธรรมชาติเข้ามาทดแทนทรัพยากรเดิม การเก็บกักน้ำฝนเพื่อใช้งาน หรือบริหารจัดการแสงอาทิตย์เพื่อให้แสงสว่าง และพลังงาน

อีกกลยุทธ์หนึ่งของกลุ่มคนหัวใจสีเขียว คือ การเชื่อมโยงกิจกรรมดี ๆ ที่เกิดจากแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หลากหลายเข้ากับการจัดประชุม เช่น โครงการบริจาคแอมป์ ดินสอ ถุงผ้า หรือกระเป๋าเอกสารจากการสัมมนาเพื่อนำไปต่อยอดด้านการศึกษา หรือการจัดกิจกรรมการปลูกป่า มาช่วยสร้างความสามัคคีสำหรับกลุ่มประชุมขององค์กรที่สามารถชานรับนโยบาย และกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงได้เช่นกัน

ณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์ ผู้อำนวยการ สสปน. กล่าวว่า จากความได้เปรียบของพื้นฐานคนไทยที่ใกล้ชิด และเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติมาช้านาน ผสานกับจิตใจที่เป็นเลิศด้านการบริการ ทำให้เส้นทางการเป็นผู้นำในเรื่อง กรีน มีทติ้ง ในสายตาผู้บริโภคจึงไม่ใช่เรื่องยากเลย

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย สสปน. จึงเตรียมใช้ กรีน มีทติ้ง มาเป็นอีกหนึ่งจุดขายสำคัญเพื่อจับกลุ่มองค์กรที่มีนโยบายด้านซีเอสอาร์ทั้งใน และต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมที่เข้าสู่โครงการลดมลภาวะ (Carbon Credit) ที่ต้องปฏิบัติตามกฎ และสานต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกแนวทางการจัดกิจกรรมไมซีให้สอดคล้องเช่นกัน

อาจกล่าวได้ว่า ขณะนี้ทุกภาคส่วนจากทั้งใน และต่างประเทศให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น และหน่วยงานจำนวนมากยอมที่จะจ่ายแพงกว่าสำหรับสินค้า และบริการที่ให้ความสำคัญต่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้ตรงตามเป้าหมาย

ประโยชน์ของผู้ประกอบการเอง นอกจากโอกาสทางธุรกิจที่อาจต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมบ้าง โดยเฉพาะการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วย แต่เชื่อว่าจะส่งผลดีทั้งด้านการปฏิบัติการ และต้นทุนธุรกิจในระยะยาว อีกทั้งยังสามารถใช้โอกาสนี้คืนธรรมชาติให้กับสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย

สสปน. กล่าวว่า การณรงค์ กรีน มีทติ้ง คงต้องเริ่มจากการผสมสีในหัวใจให้กับบุคลากร รวมถึงบุคคลทั่วไป ควบคู่ไปกับการกระตุ้นในกลุ่มผู้ประกอบการ เพราะหากกระทำอย่างเข้าใจยอมทำให้เกิดประโยชน์ที่แท้จริงต่อทั้งโลกอย่างแน่นอน

THE MICE SECTOR'S GROWING ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS

Nowadays, state agencies and private companies are increasingly concerned about the impact of climate change, making commitments to conduct their operations in an environmentally conscious manner. MICE (meetings, incentives, conventions and exhibitions) operators worldwide are also discussing “green meetings” as a crucial issue for the industry.

According to International Congress and Convention Association (ICCA) president Leigh Harry, MICE and the travel business contribute to climate change and the resulting global warming through their activities – for example, via the over-consumption of fuel and food and the production of carbon emissions.

Hence, responsible tourism is a key concern for the MICE industry.

He added that the 815 members of the ICCA, including national tourism bodies, destination management companies, professional convention organisers, airlines and venues, had been urged at the ICCA Annual Meeting to implement responsible tourism schemes into their corporate social responsibility – or corporate philanthropy – plans.

Recently, the Thailand Convention and Exhibition Bureau, or TCEB, initiated “Green Meetings” as a marketing ploy to attract overseas MICE business to organise meetings and events with unique, responsible tourism activities, as well as to experience Thai culture and hospitality.

TCEB president Natwut Amornvivat said: “We will offer creative green activities like campaigning and convincing delegates to collect unused meeting equipment – pens, bags, document holders and so on – for school donations and tree-planting projects.”

Moreover, TCEB will implement carbon credits into tax incentives or subsidies for MICE events organised in the Kingdom by local and international companies.

“Produce less carbon emissions, pay less for MICE in Thailand,” Natwut said.

This will be the best practice for engaging companies to help build Thailand as a “Green Meetings” destination for sustainable tourism.

For more information, visit TCEB's website at www.tceb.or.th



ไทยนำร่องสร้าง มาตรฐานจัดประชุม และ แสดงสินค้าครั้งแรกในโลก

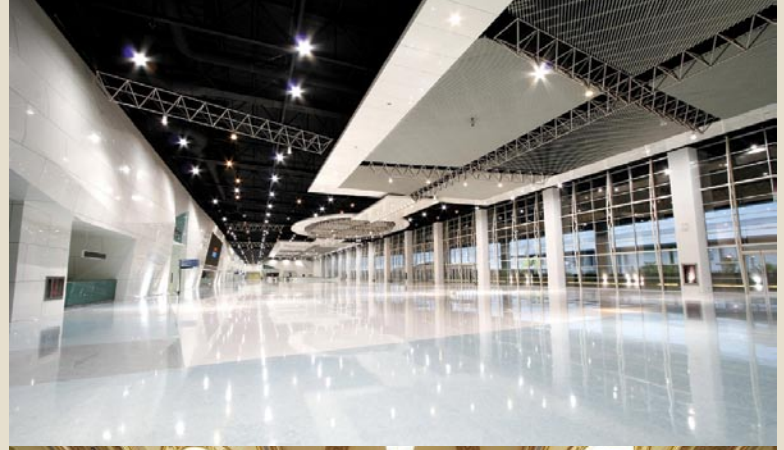
ความปลอดภัย นับเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้ามาดำเนินธุรกิจของนานาประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มการประชุม สัมมนา และการจัดแสดงสินค้า ซึ่งความปลอดภัยจากสถานการณ์ทางการเมืองถือว่าเป็นประเด็นใหม่ที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยรวม นอกเหนือจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ และภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ

ดังนั้น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. จึงได้เป็นองค์กรกลางที่ช่วยประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้เกิดมาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดตั้งคณะทำงาน ประกอบด้วย สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สมาคมอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน สำนักงานสภาพความมั่นคงแห่งชาติ การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย สภารับรองมาตรฐานไอเอสโอ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าอิมแพค ไทยเทค และสิริกิติ์

ณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์ ผู้อำนวยการ สสปน. กล่าวว่า ธุรกิจการจัดประชุมแสดงสินค้า สัมมนา และนิทรรศการ (Meetings Incentives Conventions and Exhibitions : MICE) มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และนำรายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นมูลค่ากว่าหลายหมื่นล้านบาท และช่วยกระจายรายได้ไปยังภาคธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องโดยตรงในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจให้บริการออกแบบ และตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้า ธุรกิจรับจัดงานแสดงสินค้า ศูนย์จัดแสดงสินค้า การเดินทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งในแต่ละปีจะมีผู้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพ และความพร้อมของไทยในการรองรับการเติบโตของตลาดไมซ์ได้เป็นอย่างดี

มอก. 22300 หรือ MICE Security Management System (MSMS) นี้ถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยที่แตกต่างจากประเทศคู่แข่ง เพราะมอก. 22300 จะเป็นเครื่องมือทางการตลาด และยกระดับภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ รวมทั้งส่งเสริมการบริหารจัดการด้านมาตรฐานความปลอดภัย ซึ่งจะสร้างความมั่นใจแก่ผู้จัดงาน ตลอดจนเป็นการต่อยอดด้านพัฒนา (development) ของ สสปน. ด้วย โดยการจัดให้มีการกำหนดมาตรฐาน และการรับรองระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม และนิทรรศการ ด้วยความร่วมมือระหว่าง สสปน. กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้านการรักษาความปลอดภัย ซึ่งได้มีการทำประชาพิจารณ์ และประกาศใช้อย่างเป็นทางการในวันที่ 17 มิถุนายนที่ผ่านมา โดยขั้นตอนการดำเนินงานประกอบด้วย การนำระบบเข้าไปดำเนินการตามศูนย์การประชุมที่ยื่นความจำนงค์ขอรับการประเมิน ซึ่งจะต้องกำหนดขอบเขตของพื้นที่ดำเนินการก่อนเข้าไปตรวจสอบ และประเมินโดยคณะกรรมการจากสำนักงานมาตรฐานความปลอดภัยให้แก่สถานที่ดังกล่าว

ในปีแรก มีศูนย์การประชุม และนิทรรศการที่ยื่นขอรับการประเมินมาตรฐาน มอก.ได้แก่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติไบเทคบางนา และศูนย์แสดงสินค้าอิมแพคเมืองทองธานี โดยการดำเนินการครั้งนี้ สสปน. ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณในการดำเนินการครั้งหนึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งหมด และมอบหมายให้การสนับสนุนโครงการอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาความปลอดภัย โดยผู้สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ สสปน. โทร. 0-2694-6083



TCEB IN SECURITY STANDARD INITIATIVE

Thailand has high potential to become Asia's premier MICE destination due to its world-class facilities, variety of tourist attractions and the friendliness of Thai hospitality.

Natwut Amornvivat, president of the Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB), however, said safety and security are definitely a key factor in the decision-making of MICE (meetings, incentives, conferences and exhibitions) organisers and travellers. Besides natural disasters and economic slowdowns, political turmoil is another crucial factor that can damage the industry.

Therefore, TCEB becomes a central body to help co-ordinate with agencies concerned to enhance the security management standards for meetings, conventions and exhibitions. The Industry Ministry has set up a working committee, which comprises the Thai Industry Standards Institute, Occupational Health and Safety at Work Association, Office of the National Security Council, Standard for Disaster Prevention and Mitigation of Local Government, Management System Certification Institute (Thailand), IMPACT Muang Thong Thani, BITEC and Queen Sirikit National Convention Centre.

22300, or MICE Security Management System (MSMS), will be a crucial marketing mechanism to upgrade the MICE industry, and enhance the safety management standards, ensuring the organisers' confidence as well as the mission of TCEB.

An Industry Ministry committee established the criteria to ensure international organisers and visitors that Thailand provides MICE venues in accordance with international security standards. The criteria have been in effect since June 17.

Natwut said that in the initial stage, the country's three convention and exhibition centres have proposed entering the MICE standard scheme. They are the Bangkok International Trade and Exhibition Centre (BITEC), IMPACT Muang Thong Thani and the Queen Sirikit National Convention Centre. The verification process covers all aspects of safety and security.

In the first year of operation, TCEB will contribute half of the budget for the MICE Security Standard. It will continue its financial support thereafter.

For more information, contact TCEB on (02) 694 6083.





KINGDOM HOSTS PRESTIGIOUS CNBC AWARDS

Jeremy Pink, president and CEO of CNBC Asia-Pacific, the recognised world leader in business news, describes why Thailand has been chosen for the first time as the venue for the 7th CNBC Asia Business Leaders Awards.

เจเรมี พิงค์ ประธานและหัวหน้าคณะผู้บริหารซีเอ็นบีซี เอเชีย-แปซิฟิก สถาปนิกโรดโชว์ข่าวเศรษฐกิจชื่อดังระดับโลก ให้สัมภาษณ์ถึงเบื้องหลังการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ประกาศผล และแจกรางวัลผู้นำธุรกิจดีเด่นแห่งเอเชียครั้งที่ 7 ปลายปีนี้

อะไรคือเหตุผลหลักที่ทำให้ซีเอ็นบีซีเลือกกรุงเทพฯ เป็นสถานที่จัดประชุม Asia Business Leaders Awards ซึ่งถือเป็นครั้งแรกที่จัดขึ้นในประเทศไทย

เจเรมี พิงค์ — ประเทศไทยมีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ยังเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอินโดจีน อีกทั้งยังเป็นผู้นำในการส่งออกข้าวของโลกซึ่งมูลค่าการส่งออกข้าวคิดเป็นหนึ่งในสามของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ซีเอ็นบีซีตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ประกาศผล และแจกรางวัลงาน Asia Business Leaders Awards ครั้งที่ 7 ซึ่งจะจัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายน 2551 นี้ ก็เพื่อเป็นการยืนยันถึงการขยายตัวของเอเชียอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจภูมิภาคอาเซียน ดังนั้นเราจึงรู้สึกตื่นเต้นที่จะมาจัดงานใหญ่ประจำปีในประเทศไทย

จุดเด่นของงานในปีนี้มีอะไรบ้าง

เจเรมี พิงค์ — เศรษฐกิจของอาเซียนกำลังมีความแข็งแกร่ง และยืดหยุ่นทั้งที่เผชิญกับภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ทั้งนี้เป็นเพราะความมีเสน่ห์ของอาเซียน และพลังของบรรดาผู้นำองค์กรเอกชนทั้งหลายที่ช่วยทำให้เศรษฐกิจประเทศขยายตัวเติบโตด้วยแนวคิดด้านนวัตกรรมตลอดจนทักษะ และความสามารถในการบริหารที่ยอดเยี่ยม เรารู้สึกตื่นเต้นที่งานแจกรางวัลนี้เป็นเวทีสำหรับการประกาศรับรอง และแสดงความชื่นชมในความสำเร็จของผู้นำดีเด่นแห่งเอเชีย

นอกจากการประกาศผล และแจกรางวัลผู้นำธุรกิจแล้ว ในงานนี้ซีเอ็นบีซีได้จัดให้มีการสัมมนา CNBC Strategic Forum เพื่อเปิดโอกาสให้บริษัทในเอเชียมาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเรียนรู้จากผู้นำธุรกิจดีเด่นทั้งหลาย โดยอัดแน่นไปด้วยโปรแกรมที่น่าสนใจ และวิทยากรที่มีชื่อเสียงซึ่งจะทำให้แง่คิด และแนวทางในการตระหนักถึงการพัฒนาศรษฐกิจภูมิภาคเอเชียโดยรวมให้ขยายตัวเติบโต

คุณคาดหวังผลจากการจัดงานนี้ไว้อย่างไร

เจเรมี พิงค์ — ซีเอ็นบีซีเป็นผู้ริเริ่มการแจกรางวัลผู้นำธุรกิจยอดเยี่ยมทั่วโลกเพื่อแสดงการยอมรับ และชื่นชมผู้นำยอดเยี่ยมระดับโลก โดยงานนี้จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และเอเชีย ซึ่งผู้ได้รับรางวัลล้วนแล้วแต่เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของธุรกิจที่โดดเด่นในปัจจุบันนี้ ถือได้ว่าเป็นผู้นำที่มีความแข็งแกร่ง ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ มีความชาญฉลาด และมองสถานการณ์ล่วงหน้าได้เป็นอย่างดี และมีความรอบคอบ ซึ่งถือว่ามีคุณค่า และเป็นสิ่งจำเป็นที่จะเสริมสร้างพลังของธุรกิจ ในเศรษฐกิจโลก

รางวัล Asia Business Leaders Awards ของซีเอ็นบีซีจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาประชาคมเศรษฐกิจของเอเชีย ซึ่งเรารู้สึกว่าผู้นำธุรกิจยอดเยี่ยมเหล่านี้ควรได้รับการเคารพยกย่องในสิ่งที่เขาประสบความสำเร็จ และประชาคมธุรกิจเอเชียก็ควรเรียนรู้จากบทเรียนอันทรงคุณค่าจากพวกเขาด้วยเช่นกัน

WHAT ARE THE MAIN REASONS CNBC SELECTED THAILAND AS THE VENUE TO HOST THE 7TH CNBC ASIA BUSINESS LEADERS AWARDS?

Thailand is the second-largest economy in Southeast Asia. It functions as an anchor economy for the neighbouring developing economies in Indo-China, and is also the leading exporter in the world rice market, with rice exports accounting for two-thirds of gross domestic product.

CNBC selected Thailand as the venue to host the 7th CNBC Asia Business Leaders Awards because we wanted to recognise it as a dynamic economy in Asia, especially in Southeast Asia. We are excited to host a congregation of Asia's top business leaders in Thailand this year.

WHAT IS THE HIGHLIGHT OF THIS YEAR EVENT?

Asian economies are showing strength and resilience despite global headwinds. This is due to the group of charismatic, dynamic corporate leaders who continue to grow the economy through innovative ideas, motivated talent and exceptional management skills. We are excited that CNBC's Asia Business Leaders Awards is a platform for these leaders to be acknowledged and recognised for their achievements.

Organised in conjunction with the awards, CNBC offers corporate Asia an opportunity to interact with and learn from these leaders through the CNBC Strategic Forum. We have a solid agenda and an impressive list of speakers who will contribute to the collective consciousness to develop and grow Asia's economy.

WHAT IS EXPECTED FROM THIS MEETING?

CNBC pioneered the Business Leader Awards worldwide to acknowledge exceptional CEOs globally. The awards are held annually in the respective regions of the United States, Europe and Asia. Recipients of the awards are stellar individuals, who are visionaries behind today's outstanding businesses.

They epitomise core values of a successful leader – strength, innovation, ingenuity, knowledge and foresight – values that are imperative to carving out powerful businesses in the global economy.

The CNBC's Asia Business Leaders Awards is our way to contribute to the development of the business community in Asia. We feel that exceptional regional business leaders should be saluted for what they have accomplished, and the Asian business community should be able to learn valuable lessons from them.

The CNBC Asia Business Leaders Awards recognises these outstanding individuals, and is a platform in which they are able to engage with the business community at large.



IT&CMA / CTW ASIA-PACIFIC 2008 – A SEAMLESS TRAVEL SHOW

Bangkok is set to host the 16th Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia (IT&CMA) and 11th Corporate Travel World Asia Pacific (CTW) in October, with the expectation Bt1 billion in revenue will be generated.

The combined IT&CMA and CTW Asia-Pacific has taken place in Thailand for the past three years, prior to the Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) helping secure Thailand as the host country for another five years from 2008 until 2012.

The concept of two shows at one location has been in force since the two events combined in 2004. The 2008 theme is New Frontier – Optimise Return. The organiser seeks to recruit new participants from across the industry sectors and provide opportunities for MICE players around the world to meet in Asia, and to make Bangkok and Thailand the centre for MICE in Asia.

TCEB has been supporting the organiser, TTG Asia Media Pte Ltd, to keep the event rolling in Bangkok this year, which shows the country's readiness to hold international meetings with world-class service.

The International Congress and Convention Association said the event is set to take place at the Bangkok Convention Centre at CentralWorld from October 7-9.

TCEB's Meetings & Incentives Director, Malinee Kitaphanich, said this year the 16th IT&CMA and 11th CTW Asia-Pacific is expected to attract 2,000 visitors from about 40 countries, up from 1,800 delegates last year. The event will feature over 300 exhibitors in the Asia-Pacific region and 360 potential buyers and corporate meeting planners from around the world. The Thailand pavilion has also grown over 20 per cent this year.

Other highlights include extra networking opportunities for Thai exhibitors, apart from direct B2B appointments at the Thai Pavilion.

TCEB will also host a special reception "Sundowner Cocktail" on the evening of October 8 to provide extra networking opportunities to the Thai Pavilion to meet with potential corporate buyers and meeting planners from around the world. During this event, TCEB will present its 2009-2010 campaigns and the 2009 Connections Plus programme. The presentation highlight will be made on Chiang Mai by the Chiang Mai Tourism Business Association and its members.

The National Business Travel Association's CTE (Corporate Travel Expert SM) programme is offered for the first time in Asia. And green initiatives are encouraged for exhibitors, such as encouragement of reduced carbon footprints, distribution of paperless sales kits, gifts and premiums.

Opening Ceremony, Thailand showcases "Thailand Forever Legendary". The evening will be themed with the Himmaphan legend, by using Himmaphan creatures as the narrator leads the audience to see new and different perspectives of experiences, destinations, new development of meeting facilities in Thailand, under four main concepts – extraordinary, extreme, exciting and exclusive – using special presentation techniques. This can enforce the idea in potential buyers' minds that Thailand is the most preferred MICE destination in Asia.

The Thai partners include: TCEB, Tourism Authority of Thailand, Thai Airways, Thailand Incentive and Convention Association, Bangkok Metropolitan Administration and Thailand Tourism Council. This year TCEB in collaboration with the Thailand Tourism Council encourages SMEs to participate in the show.

IT&CMA / CTW Asia - Pacific 2008 – สุดยอดงาน เทรดโชว์อุตสาหกรรมไมซ์ ที่ใหญ่สุดแห่งเอเชียแปซิฟิก

กรวงพมหนาคกรได้รับเลือกเป็นสถานที่จัดงานการประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแห่งเอเชีย (Incentive Travel & Conventions

Meetings Asia – IT&CMA) และ การประชุมผู้วางแผนเดินทางธุรกิจขององค์กร (Corporate Travel World – CTW) ประจำปี 2551 โดย คาดว่า จะนำรายได้เข้าประเทศสูงถึงหนึ่งพันล้านบาท

นับเป็นอีกผลงานที่โดดเด่นของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ หรือ สสปน. ที่ประสบความสำเร็จในการช่วยให้ ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดงานใหญ่ทั้งสองงานนี้ต่อเนื่องไปอีก 5 ปีข้างหน้า ตั้งแต่ปี 2550 - 2557 หลังจากที่ไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดงาน ติดต่อกันมาแล้วในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

แนวคิดการจัดงานยังคงยึดรูปแบบการรวมเอาทั้งสองงานมาแสดงไว้ในสถานที่เดียวซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี 2547 โดยหัวข้อหลักในการจัดงาน ในปีนี้คือ New Frontier – Optimise Return ทั้งนี้ผู้จัดงานต้องการดึงดูดผู้เข้าร่วมงานใหม่ ๆ จากทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ และเปิดโอกาส ให้ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์จากทั่วโลกมาพบปะในเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำให้กรุงเทพมหานคร และประเทศไทย กลายเป็นศูนย์กลางไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย

สสปน. ให้การสนับสนุนบริษัท ทีทีจี เอเชีย มีเดีย ในการจัดงานครั้งนี้เพื่อแสดงถึงศักยภาพ และความพร้อมของไทยในการจัดงานที่ได้มาตรฐานโลก

งาน IT&CMA ครั้งที่ 16 และ CTW - Asia Pacific ครั้งที่ 11 กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 7 - 9 ตุลาคม 2551 ณ บางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ (BCC) เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ

มาลินี กิตติพานิชย์ กิตตะพานิชย์ ผู้อำนวยการฝ่าย การจัดการประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meetings and Incentives) สสปน. กล่าวว่า ในการจัดงานครั้งนี้ สสปน. คาดหวังว่า จะมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 2,000 คนจาก 40 ประเทศทั่วโลก จากผู้เข้าร่วมงาน 1,800 คนในปีที่แล้ว และคาดว่าจะสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศสูงถึงหนึ่งพันล้านบาท โดยขณะนี้มีกว่า 360 ผู้ขายที่ยืนยันเข้าร่วมงานแล้ว ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการยังคงเชื่อมั่นในความปลอดภัย และการสนับสนุนที่ดีของไทย ส่วนผู้จัดแสดงงานที่ยืนยันการเข้าร่วมงานแล้วมีจำนวนเกือบ 300 ราย

สสปน. จะจัดงานเลี้ยงค็อกเทลในช่วงเย็นวันที่ 8 ตุลาคม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ขายของไทยได้พบปะผู้ซื้อกลุ่มเป้าหมายจากทั่วโลก ซึ่งใน ระหว่างงานเลี้ยง สสปน. จะถือโอกาสในการนำเสนอแผนการส่งเสริมการขายปี 2552-2553 และโปรแกรม Connections Plus ที่จะจัดขึ้น ในปีหน้า นอกจากนี้ จะมีการนำเสนอแผนการส่งเสริมการขายของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเชียงใหม่อีกด้วย

The NBTA's CTE (Corporate Travel Expert SM) programme ก็เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่น่าสนใจซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในเอเชีย ในขณะเดียวกัน แนวคิดริเริ่มในเรื่อง กรีน มีทติ้ง ก็เป็นหัวข้อที่จะกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น การลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ลดปริมาณการใช้กระดาษสำหรับงานขาย ข่าวสาร ของขวัญ และของรางวัลต่าง ๆ

ในพิธีเปิดงาน จะมีการแสดงเกี่ยวกับตำนานหิมพานต์ ซึ่งทุกคนจะได้เห็นภาพของประเทศไทยในมุมมองใหม่ ในขณะที่การพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกของการจัดประชุมในประเทศไทย อยู่ภายใต้ 4 แนวคิดหลักคือ extraordinary, extreme, exciting and exclusive เพื่อชูแนวคิดให้กลุ่มผู้ซื้อได้เห็นศักยภาพของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางของเอเชีย

สำหรับหน่วยงานที่ร่วมสนับสนุนในการจัดงานครั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทการบินไทย สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ กรุงเทพมหานคร และสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งปีนี้ สสปน. ได้ร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวฯ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม เข้าร่วมงานในครั้งนี้ด้วย





ไอทียูเทเลคอมเอเชีย 2008 ชี้นำแนวโน้มเอเชีย-แปซิฟิกสดใส

งานไอทียูเทเลคอมเอเชีย 2008 ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในไทยได้ปิดฉากลงอย่างยิ่งใหญ่เมื่อต้นเดือนกันยายนที่ผ่านมา ณ ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพค เมืองทองธานี จุดประกายโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อรักษาการเติบโตของอุตสาหกรรมไอซีทีในภูมิภาค รวมถึงการขยายตัวของผู้ใช้บริการ และผู้สร้างสรรคพัฒนาธุรกิจรุ่นใหม่



กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (ไอซีที) ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (สสปน.) เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน ไอทียูเทเลคอมเอเชีย 2008 ระหว่างวันที่ 2 - 5 กันยายนที่ผ่านมา ซึ่งถือเป็นเวทีสำคัญที่มีผู้นำสูงสุดในวงการไอซีทีเอเชียมาพบปะกัน โดยเน้นถึงแนวทางในการขยายตลาดไอซีทีทั่วทั้งภูมิภาค ซึ่งครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้ามากกว่า 170 รายจาก 34 ประเทศทั่วโลกบนพื้นที่ประมาณ 24,000 ตารางเมตร เพื่อไขว่ถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมล่าสุด ในขณะที่เดียวกันก็มีการสัมมนาเกี่ยวกับเทคโนโลยีหลัก ๆ และนโยบายที่จะช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไอซีทีของเอเชียให้เจริญเติบโตยิ่งขึ้น

รุ่งฟ้า เกียรติพจน์ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด และบริหารภาพลักษณ์องค์กร จาก ทู คอร์ปอเรชั่นกล่าวว่า แม้ว่าจะงานไอทียูเทเลคอมเอเชีย 2008 จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองบ้าง แต่ยังคงถือว่าเป็นงานที่ยิ่งใหญ่ และมีความคึกคัก โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนความรู้ ทำให้ประเทศไทยสามารถกำหนดทิศทางได้ชัดเจนถูกต้องสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของต่างประเทศ

นักลงทุนเองได้เข้าใจทิศทางธุรกิจด้านสื่อสารคมนาคมของไทยที่กำลังพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านคอนเทนต์ที่ถือเป็นทองส่งน้ำขนาดใหญ่ในการกระตุ้นให้ตลาดไอซีทีมีการเจริญเติบโต นอกจากนี้ การจัดงานครั้งนี้ยังเป็นการสร้างโอกาสในการจัดงานยิ่งใหญ่ระดับโลกในประเทศไทยครั้งต่อ ๆ ไปอีกด้วย

ผู้ดำเนินธุรกิจด้านไอซีทีรายใหญ่อย่างเอไอเอส โดย สมชัย เลิศสุทธิวงค์ รองกรรมการผู้อำนวยการสายงานการตลาด บมจ.แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (เอไอเอส) ชี้ให้เห็นว่า การที่สสปน.จัดงานไอทียูเทเลคอมเอเชีย 2008 เข้ามาจัดในประเทศไทยได้สำเร็จ ถือเป็นโอกาสอีกหนึ่งศักยภาพของไทยในการเป็นศูนย์กลางด้านไอซีทีในระดับภูมิภาคได้

BRIGHT PROSPECTS FOR ICT INDUSTRY ADDRESSED AT ITU TELECOM ASIA

ITU Telecom Asia 2008 pulled back the curtain in Bangkok on September 5, with a focus on new business opportunities to sustain growth in the dynamic ICT industry in the Asia-Pacific region as well as on the younger generation of users and innovators.

The Information and Communications Technology (ICT) Ministry teamed up with the Thailand Convention and Exhibition Bureau to host the event, a key networking platform for Asia's top ICT names to come together and focus on core issues relating to ICT expansion across the region. It was the first time the event had ever been held in Thailand.

Over 170 exhibitors from 34 countries occupied some 24,000 square metres of covered space at IMPACT Muang Thong Thani, featuring the latest technologies and innovations, and there was an extensive forum that explored key technologies, policies and applications driving Asia's ICT sector.

Somchai Lertsuthiwong, senior executive vice president, pointed out that Thailand could become a regional hub of IT business, following the event. "AIS could take lots of benefit from the show. We also experienced new technology about telecommunications, so that we now know the direction of our future development," he said.

Thana Thienachaiya, chief commercial officer of Total Access Communication (DTAC), agreed that the event would help the overall industry in terms of its further development, which would mean huge returns to the country.

DTAC evaluated the event as a great success,

ในขณะที่เดียวกัน เอไอเอสสามารถใช้เวลาที่นี้แสดงศักยภาพให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมทั้งถือโอกาสสร้างความเข้าใจในธุรกิจด้านการสื่อสารในกลุ่มผู้บริโภคร่วมกันไปด้วย

ขณะที่ธนา เจริญอัจฉริยะ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงานพาณิชย์จากดีแทคชี้ให้เห็นว่า ความพยายามของ สสพ.ครั้งนี้ ช่วยก่อร่างสร้างธุรกิจให้เกิดขึ้น และถือเป็นช่องทางการเรียนรู้ในการจัดงานครั้งต่อไปที่จะช่วยสร้างประโยชน์มหาศาล

ซึ่งครั้งนี้ ดีแทคถือได้ว่าประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ เพราะมีบริษัทจากต่างประเทศเข้ามาติดต่อทางด้านธุรกิจเพื่อเป็นพันธมิตรในการให้บริการ ทั้งการให้บริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ หรือบริการโรมมิ่งสัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น



However, most local ICT operators believed that Thailand would gain from joining the event through the showcase for new technologies, and the business models and policies addressed at the forum.

Rungfah Kiatipoj, director of board management and marketing communications at True Corporation, one of the country's leading telecommunication firms, said the event had contributed very new technology, which would help government bodies and small operators in Thailand in terms of enhancing their abilities and learning about IT.

She said that despite the weeks-long political turbulence in Bangkok and some provinces, the event had managed to attract many companies and visitors from overseas.

Advance Info Service (AIS), another giant local operator, received many benefits from the fair.

while many other operators were satisfied with the show because they were able to learn more about future technology, particular in new services such as overseas calls and roaming.

Varut Suvakorn, president of TOT, said the company had learnt about the newly introduced 3G project, an area which is expected to help Thailand compete with other countries as well as generate revenue to the Kingdom once it is completed.

Not just the huge revenue generated, the event also offers long-term benefit to the country's ICT industry in terms of knowledge, cooperation with overseas partners to service and penetrate markets.

วรุฒ สุวกร กรรมการผู้จัดการใหญ่ทีโอที กล่าวทิ้งท้ายว่า ทีโอทีได้เรียนรู้ประสิทธิภาพที่เหมาะสมของทีโอทีกับประเทศ เพื่อเริ่มต้นแนวทางการลงทุนเทคโนโลยี 3 จี ซึ่งเป็นโครงการล่าสุด

ผลตอบแทนที่ได้จากการจัดงานใหญ่นอกเหนือจากมูลค่าที่เป็นรูปธรรมดังกล่าว ยังมีประโยชน์ที่เกิดขึ้นในระยะยาวกับประเทศทั้งด้านการพัฒนาความรู้ การร่วมมือกับพันธมิตรต่างประเทศในการให้บริการ และการเปิดตลาดเพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศ



PATTAYA MOVES TO BECOME A WORLD MICE DESTINATION

สสพ.เตรียมยกระดับพัทยา สู่ศูนย์กลางการประชุมนานาชาติ ระดับโลก

ณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์ ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสพ.เปิดเผยว่า นอกจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครแล้ว สสพ. มีโครงการส่งเสริมสนับสนุนไมซ์ในภูมิภาคให้มีความแข็งแกร่ง และขยายตัวเติบโตมากยิ่งขึ้น ซึ่งพัทยาถือเป็นเมืองหนึ่งที่มีศักยภาพ และความพร้อมสำหรับการจัดประชุมสัมมนาใหญ่ ๆ รองจากกรุงเทพฯ โดยจะเห็นได้จากความสำเร็จในการจัดงานสัมมนาระดับนานาชาติมาแล้วหลายครั้ง อาทิ การเป็นเจ้าภาพการประชุมประจำปีสมาคมการประชุมนานาชาติ ครั้งที่ 46 (International Congress and Convention Association: ICCA) ที่มีผู้เข้าร่วมประชุมกว่า 750 คนจาก 80 ประเทศทั่วโลก

พัทยามีความเหมาะสม และจุดเด่นของเมืองในหลาย ๆ ด้าน ทั้งการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วจากกรุงเทพฯ ก่อปรักการเป็นศูนย์กลางธุรกิจ และความพร้อมด้านโรงแรมที่พัก ศูนย์การประชุมสัมมนาที่ทันสมัย แหล่งท่องเที่ยว และสนามกอล์ฟมาตรฐานโลก นอกจากนี้ยังมีสเตเดียมที่สามารถนำมาปรับให้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้อีกมากมาย ที่สำคัญคือมีชายทะเลซึ่งทำให้เมืองพัทยามีเสน่ห์น่าประทับใจ และส่งผลให้ผู้เข้าร่วมประชุมไม่รู้สึกเบื่อหรือซ้ำซากจำเจกับห้องประชุมสี่เหลี่ยม” นายณัฐวุฒิ กล่าว

ก่อนหน้านี้ สสพ. ได้เข้าร่วมประชุมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชนเมืองพัทยา และจังหวัดชลบุรี เพื่อจะได้ทราบถึงแผนการตลาดไมซ์ หลังจากนั้นจะจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ ตลอดจนข้อเสนอแนะในการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต ซึ่งจะได้ทราบว่า สสพ. สามารถช่วยส่งเสริมสนับสนุนในด้านไหนได้บ้าง เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในแนวทางเดียวกันอย่างต่อเนื่อง และผลักดันให้พัทยากลายเป็นศูนย์กลางการประชุมสัมมนาระดับโลก ซึ่งที่ผ่านมา สสพ. มีส่วนในการจัดงานระดับโลกเข้ามาจัดที่เมืองพัทยาลายงาน และได้รับการตอบรับจากทั้งผู้จัดงาน และผู้เข้าร่วมงานเป็นอย่างมาก

ชัชวาลย์ ศุภชยานนท์ นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันออกให้ความเห็นว่า ความสำเร็จของการจัดประชุม สัมมนาในทุกๆ ครั้งนั้นมาจากความพร้อมของเมืองพัทยา ตั้งแต่สถานที่จัดประชุม การให้บริการที่มีมาตรฐานด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพ การเดินทางสะดวก และสถานที่สำหรับการจัดกิจกรรม ที่สำคัญคือเรื่องความปลอดภัย ซึ่งทุกอย่างล้วนเป็นจุดเด่นของพัทยา แต่ก็มีจุดอ่อนที่ยังด้อยกว่าคู่แข่ง เช่น เรื่องเทคโนโลยีที่ล้าหลังมีความพร้อมมากกว่า เราจึงต้องจุดเด่นที่คู่แข่งไม่มี หรือสู้เราไม่ได้มาเป็นจุดขายสร้างความน่าสนใจ เช่น ธรรมชาติที่สวยงาม เป็นต้น

“สสพ. จะมีบทบาทสำคัญในการจัดทำแผนส่งเสริม และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นานาชาติรับรู้ และเชื่อมั่นถึงศักยภาพความพร้อมของเมืองพัทยาในการจัดประชุมสัมมนาใหญ่ ๆ ได้เป็นอย่างดี” นายชัชวาลย์กล่าว

จำรูญ วิเศษชัยพันธ์ นายกสมาคมนักธุรกิจ และการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเผยถึงความพร้อมของพัทยาวว่าวันนี้พัทยามีโรงแรมกว่า 200 แห่งเป็นจำนวนห้องพักกว่า 70,000 ห้อง และมีสถานที่จัดการประชุมสัมมนาทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่หลายราคาตามความต้องการของลูกค้า ที่สำคัญพัทยาคือเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ดังนั้นผู้เข้าร่วมประชุม และครอบครัวหรือผู้ติดตามสามารถท่องเที่ยวเพลิดเพลินได้อีกด้วย

“ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ต้องการให้ สสพ. เข้ามาสนับสนุนในการจัดงานจากต่างประเทศเข้ามามากขึ้น เพราะปัจจุบัน กลุ่มไมซ์มีจำนวนประมาณ 10-20 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดซึ่งถือว่ายังน้อย” จำรูญกล่าว

ขณะที่นางพวง วรธนกุล กรรมการผู้จัดการ เครือโรงแรมรอยัลคัลฟ บีชริสอร์ทพัทยา กล่าวเสริมว่า “เราตัดสินใจสร้างศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าพัทยา หรือพีช (Pattaya Exhibition and Convention Hall - Peach) ขึ้น เพื่อรองรับตลาดไมซ์ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และพัทยาก็เป็นเมืองที่เหมาะสมกับตลาดกลุ่มนี้ อยู่แล้ว ซึ่งพีชมีโอกาสได้รองรับการประชุมระดับนานาชาติมาแล้วหลายงานจนพิสูจน์ให้เห็นว่า เมืองพัทยามีความพร้อม แต่เราคงต้องประชาสัมพันธ์ความสำเร็จต่าง ๆ นี้ให้ประเทศทั่วโลกได้รับรู้ ซึ่งตรงนี้ สสพ. ต้องเข้ามาให้ความช่วยเหลือมากขึ้น

“วันนี้ต้องย้ำว่า พัทยาพร้อมแล้วในทุกด้าน และตลาดไมซ์ยังเติบโตได้อีกมาก เราจึงขยายศูนย์ประชุมให้มีพื้นที่ใช้สอย 50,000 ตร.ม. จากเดิม 30,000 ตร.ม. สามารถรองรับจำนวนคนได้ถึง 8,000 คน จากเดิมที่รองรับได้เพียง 4,800 คน ต่อจากนี้ไปก็เหลือเพียงการผลักดันงานต่างๆ เข้ามายังพัทยาท่านั้น เพราะพัทยาถือเป็นศูนย์กลางการประชุมริมชายทะเลที่ครบวงจรแห่งหนึ่งของประเทศไทย” นางพวงกล่าว

The Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) has played a major role in strengthening Pattaya as a regional hub for international MICE events.

Pattaya, a world-famous beach resort city, has hosted many world meetings conventions and exhibitions, such as the 46th International Congress and Convention Association (ICCA). This reflects the fact that the island resort has good recognition and readiness to take on the competition.

Natwut Amornvivat, president of TCEB, said that besides Bangkok, the bureau plans to boost the MICE industry in high-potential cities like Pattaya.

Previously, TCEB participated in a joint Pattaya public and private sector panel to discuss a strategic marketing plan to expand the MICE market in the city. “The opening of Suvarnabhumi Airport can drive the market, due to more convenient access for international business travellers,” said Natwut.

TCEB is now preparing to organise a workshop, which will gather together the public and private sectors with a view to establishing a comprehensive plan for sustainable development of the local sector. This could also enable Pattaya to step up as a world-class MICE destination.

Chatchawan Supachayanon, president of the Thai Hotels Association – Eastern Chapter, said many international companies had selected Pattaya as a venue for their meetings. Besides its convention hall, Pattaya has an advantage over neighbouring countries with its plentiful draws such as theme parks and various other attractions.

However, he acknowledged that Singapore is an attractive option with its more advanced technology.

Jumroon Visavachaiyaphant, president of the Pattaya Business and Tourism Association, said Pattaya has sufficient accommodation with more than 70,000 hotel rooms available at a wide range of prices.

“Currently, the MICE market is relatively small, accounting for only 10-20 per cent of total visitors to Pattaya, but there is the potential to grow,” said Jumroon.

In addition, Panga Vathanakul, managing director of Royal Cliff Beach Resort, the operator of the Pattaya Exhibition and Convention Hall (PEACH), is optimistic that its earlier expansion of PEACH space from 30,000 to 50,000 square metres to accommodate as many as 8,000 delegates is good preparation for the growing industry.



การท่องเที่ยวสิงคโปร์ ประกาศเตรียมลงทุนขยาย Singapore Expo

สิงคโปร์ - S. Iswaran รัฐมนตรีอาวุโส กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมสิงคโปร์ เปิดเผยเมื่อเร็ว ๆ นี้ในงานแจกรางวัล Singapore Business Events Awards of the Year ว่าขณะนี้สิงคโปร์กำลังดำเนินการวางแผนการปรับปรุงและขยาย Singapore Expo เพื่อให้ตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น

ตลาดนักท่องเที่ยว การประชุม สัมมนา และนันทนาการ (Business travel, meetings, incentives and exhibitions: BTMICE) ถือเป็นตลาดหลักในการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสิงคโปร์ โดยในปี 2550 นักท่องเที่ยวจากตลาดนี้คิดเป็นสัดส่วนถึง 29 เปอร์เซ็นต์ หรือเกือบ 3 ล้านคน สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่ามากกว่า 5,000 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ หรือ 39 เปอร์เซ็นต์ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยว

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2558 องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวสิงคโปร์ตั้งเป้าให้ตลาด BTMICE นำรายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 10.5 พันล้านดอลลาร์สิงคโปร์ในปี 2558

SINGAPORE UNVEILS EXPO UPGRADE PLAN

Singapore – S Iswaran, senior minister of state for trade and industry, has unveiled a plan to upgrade Singapore Expo in response to customer needs and the growing MICE industry.

Business travel, meetings, incentive travel, conventions and exhibitions (BTMICE) are a key driver of Singapore's tourism industry. In 2007, BTMICE visitors constituted approximately 29 per cent or close to 3 million of total visitor arrivals and these visitors generated more than 5 billion Singapore dollars or 39 per cent of total tourism receipts. In line with the Tourism 2015 blueprint, the Singapore Tourism Board aims to raise the BTMICE contribution to S\$10.5 billion by 2015.



ตลาดไมซ์บรูไนต่อเนื่อง

บรูไน - Jean Chirstophe Robles Espinosa ผู้อำนวยการด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวบรูไน กล่าวว่าเมื่อต้นปีที่ผ่านมา มีกลุ่มอินเซนที่พจากบริษัท Metlife Insurance จากประเทศเกาหลีใต้จำนวน 4,000 คน ซึ่งคาดว่าจะใช้ระยะเวลาในประเทศประมาณ 5 วัน ถือเป็นกลุ่มอินเซนที่พที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของบรูไน

ทั้งนี้ ด้วยอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดไมซ์ จึงทำให้บรรดาบริษัทจัดการประชุมและอินเซนที่พได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างบรูไน และเมืองสำคัญบนเกาะบอร์เนียว อาทิ เมืองซาบาร และเมืองซาราวัก เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับแพคเกจอินเซนที่พ ทั้งนี้ จุดเด่นของบรูไน และเมืองเชื่อมโยงก็คือ คุ่มค่าเงิน (value for money) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางการท่องเที่ยวอย่างเช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และประเทศในกลุ่มอาเซียน

BLOOMING OF BRUNEI'S MEETINGS AND INCENTIVES

Brunei – Brunei received 4,000 delegates from South Korea's Metlife Insurance, which was the largest single incentive group ever, according to Brunei Tourism director of marketing and promotion Jean Christophe Robles Espinosa.

Brunei is currently increasing its reputation for meetings and incentives among Asian countries and long-haul markets such as the US, the UK, Germany, Australia and New Zealand.

It is conducting value-for-money package tours as a marketing tactic to differentiate itself from its competitors. Hence destination management companies are twinning Brunei with Sabah and Sarawak to offer an exotic and exciting Borneo experience.



มาเก๊าตั้ง ICCA สัมมนา ผู้บริหารธุรกิจไมซ์

มาเก๊า - การท่องเที่ยวมาเก๊ากระตุ้นกระแสความสนใจผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ในมาเก๊า จีน ฮองกง ด้วยการจัดสัมมนาซึ่งมีสมาคมจัดประชุมนานาชาติ หรืออีกก้า ในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา โดยมี Martin Sirk ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสมาคมอีกก้าเป็นวิทยากร

ทั้งนี้ ในการสัมมนาได้ชี้ให้เห็นถึงภาวะการแข่งขัน และปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมการประชุม สัมมนา และเคล็ดลับการเอาชนะการยื่นเสนอการเป็นเจ้าภาพในการจัดงานประชุมนานาชาติจากประสบการณ์ของสมาคมอีกก้า

Joao Manuel Costa Antunes ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวมาเก๊า กล่าวว่า กิจกรรมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดัน ให้มาเก๊าเติบโตเป็นจุดหมายด้านการประชุมสัมมนาที่สำคัญหนึ่งในภูมิภาคเอเชียในอนาคต

SEMINAR ON THE FUTURE OF MICE IN MACAU

Macau – The Macau Government Tourist Office (MGTO) and the International Congress and Convention Association (ICCA) joined hands to present a talk on business tourism in Macau, conducted by key-speaker, ICCA chief executive officer Martin Sirk.

The talk took place at the Tourism Activities Centre and targeted business tourism executives, said MGTO director Joao Manuel Costa Antunes.

ICCA CEO Martin Sirk also made a presentation about "Competitive environment and key factors for success in the international meetings business". He also talked about "Bidding for major events: lessons from the bidding process that ICCA uses for its own congress".

The event was attended by about three dozen executives from the Macau travel trade, mainland China and Hong Kong-based ICCA members, among others.



ออสเตรเลีย คาดการลงทุน ด้านไมซ์พุ่ง 3,700 ล้าน ดอลลาร์ออสเตรเลีย

ซิดนีย์ - ในเดือนที่ผ่านมา Geoff Buckle กรรมการผู้จัดการการท่องเที่ยวออสเตรเลียเปิดเผยว่า ในงาน the Pacific Area Incentives and Conferences Expo (PAICE) ซึ่งจัดขึ้นที่เมืองโอ๊คแลนด์ ประเทศนิวซีแลนด์ที่ผ่านมา จะสามารถผลักดันให้เกิดการลงทุนทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการประชุม สัมมนาหรือไมซ์ได้ประมาณ 3,700 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือราว ๆ 1.05 แสนล้านบาท ทั่วประเทศ

ปัจจัยที่สนับสนุนแนวความคิดดังกล่าวมาจากการที่สายการบินเวอริจินบลูขยายเส้นทางการบินเพิ่มขึ้นให้ครอบคลุมถึงเกาะแทสมาเนีย ในขณะที่การจัดประชุม และสัมมนาในออสเตรเลียได้รับการยกย่องให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยองค์กร Green Globe เป็นต้น

SHOWCASE FOR AUSTRALIA'S A\$3.7-BILLION INVESTMENT

Sydney – Tourism Australia managing director Geoff Buckley said the Pacific Area Incentives and Conferences Expo (PAICE) had been an opportunity for Australia to showcase the \$3.7 billion Australian dollars of new investment in business events infrastructure around the country. The event was held in Auckland, New Zealand, in August.

He said he believed Australia had received positive signs, such as Virgin Blue's significant expansion of capacity across the Tasman Sea and Australia's wide selection of Green Globe-accredited meeting and conference facilities.

สสพ. พัฒนาข้อมูล ด้านไมซ์ เสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ หรือ สสพ. วางแผนพัฒนาฐานข้อมูล และการวิเคราะห์ตลาดเชิงลึก ทั้งงานวิจัยสถิติ และข้อมูลอื่น ๆ ที่สำคัญ และเป็นประโยชน์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับ ตลาดไมซ์โดยรวม

แม้ว่า ตลาดไมซ์จะสดใส และมีอัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดด แต่ประเทศไทยก็กำลังเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้นในภูมิภาคเอเชีย ดังนั้น ฐานข้อมูลการตลาดไมซ์จะมีส่วนสำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของไทยที่จะได้ทราบถึงภาพรวมสถานการณ์ตลาดไมซ์ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นสถิติ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ

ที่ผ่านมา จะเห็นได้ชัดว่าตลาดไมซ์ของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2550 มีผู้เดินทางเข้ามาร่วมงานประชุม สัมมนา และนิทรรศการเป็นจำนวน 881,345 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.7 เมื่อเทียบกับปี 2549 และสัดส่วนของนักท่องเที่ยวไมซ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยก็มีอัตราการเติบโตสูงเช่นเดียวกัน โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.81 ในปี 2547 เป็นร้อยละ 6.09 ในปี 2550 ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกจะมีสัดส่วนเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดไมซ์ต่อนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น

สำหรับรายได้ที่มาจากการประชุม (การประชุมนานาชาติของกลุ่มองค์กร) จะมีแนวโน้มการเติบโตสูง ซึ่งจะมีผู้เข้าร่วมประชุมเป็นจำนวนมาก

ขณะที่ทั่วโลกตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่า การประชุมที่จะประสบความสำเร็จได้จะต้องหันมาใส่ใจเรื่องโลกร้อนมากขึ้น ซึ่งจะผลักดันโดยความต้องการของลูกค้า และผู้เข้าร่วมประชุมก็ตระหนักถึงปัญหานี้มากขึ้นเช่นกัน

ส่วนตลาดการประชุมเพื่อเป็นรางวัลของไทยยังถือว่ามียอดเล็กเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ แต่มีศักยภาพสูง โดยมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 35.6

สำหรับตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลถือเป็นตลาดที่มีความผันผวน และอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงตามกระแสความนิยม และตลาดนี้จะได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัยเช่น งบประมาณ เป็นต้น ซึ่งงบค่าใช้จ่ายของบริษัทโดยทั่วไป จะขึ้นกับสถานะทางเศรษฐกิจเป็นหลัก นอกจากนี้ ความมั่นคงทางการเมืองก็เป็นปัจจัยสำคัญต่อตลาดนี้เช่นกัน

ตลาดด้านการแสดงสินค้าในประเทศยังคงขยายตัวเติบโต แต่ในอัตราที่ลดลง เช่นเดียวกับตลาดอื่น ๆ ซึ่งอุปสงค์ของตลาด จะเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ และของโลก

INTERNATIONAL (INBOUND) MICE VISITOR STATISTICS

	2004	2005	2006	2007
NUMBER OF ARRIVALS				
Inbound MICE arrivals	443,599	690,039	803,493	881,345
Total international tourist arrivals	11,650,703	11,516,936	13,821,802	14,464,228
Proportion of MICE arrivals: International tourist arrivals (%)	3.81	5.99	5.81	6.09
REVENUE				
Revenue generated from inbound MICE arrivals (Bt bn)	33.08	47.21	60.90	72.99
Revenue generated from total international tourist arrivals (Bt bn)	384.36	367.38	482.32	547.78
Proportion of revenue from MICE arrivals: International tourist arrivals (%)	8.61	12.85	12.63	13.32

Source: 2007 MICE statistics report by Information Provider and Consultants (IP&C)

TCEB DEVELOPS DATABASE FOR COMPETITIVE MICE

TCEB is planning to develop its database and a comprehensive marketing breakdown in terms of statistics and other crucial information for crafting a competitive advantage in Thailand's meetings, incentives, conventions and exhibitions (MICE) market.

Although, the MICE market continues to blaze ahead, Thailand is facing a tougher challenge in Asia. Thus, MICE Intelligence will be vital for Thai operators to get the current market overview with updated data and other useful information.

Significantly, in 2007, Thailand welcomed a record 881,345 MICE visitors, up 9.7 per cent from the year earlier. The share of inbound MICE visitors to international visitors rose sharply from 3.81 per cent in 2004 to 6.09 per cent in 2007.

This compares with all countries around the world, for which the average proportion of MICE visitors to total international tourists is only about 3 per cent.

For the meetings and conventions market, the revenue generated by conventions (non-corporate meeting) takes on even greater dimensions since many conventions generate high delegate volumes.

As the world becomes more environmentally conscious, experts are predicting that for conventions to succeed they will be turning more and more green.

Much of this market awareness is driven by consumer demand, as attendees become more aware of their 'carbon footprint'.

While the incentives market in Thailand is small when compared with the other markets, it has huge potential with the highest growth of 35.6 per cent last year.

For all the MICE markets, the incentives market is undoubtedly the most fickle and sensitive to changes in fashion. Choice of destinations for incentives is influenced by many factors, including budget. And the size of company budgets available for expenditure is determined largely by the state of the economy in general.

In addition, political stability is also a key requirement of this market, as it is impossible to motivate employees by the prospect of sending them to a destination affected by civil unrest or conflict.

The exhibition market is still in a growth situation, but the growth rate is declining. In common with other markets, the demand for exhibitions tends to track the general state of the national and global economy.

OVERSEAS MICE EARNINGS FOR THAILAND

EARNINGS FOR THAILAND (Bt bn)	2005	2006	2007	%Change
Corporate meetings	9.81	13.43	15.76	17.3
Incentives	7.63	8.86	12.02	35.6
Conventions (non-corporate meetings)	16.04	23.62	30.11	27.5
Exhibitions & trade fairs	13.73	14.99	15.10	0.8
Total	47.21	60.90	72.99	19.8

Source: 2007 MICE statistics report by IP&C