

TCEB

NEWSLETTER



www.tceb.or.th • Issue 47 • Mar-Apr 2016

TCEB CALL CENTER 1105

The background of the lower half of the page is a dark blue field filled with a grid of small, light blue icons. These icons represent a wide range of digital and business concepts, including social media (Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube), technology (smartphone, laptop, keyboard, Wi-Fi, cloud, lock, camera, magnifying glass, compass, gears, musical notes, video player, briefcase, headphones, network diagram, envelope, globe, shopping cart, clock, monitor, gears, wrench, image placeholder), and general business (person, bar chart, speech bubble, speech bubble with dots, speech bubble with three dots, speech bubble with four dots, speech bubble with five dots, speech bubble with six dots, speech bubble with seven dots, speech bubble with eight dots, speech bubble with nine dots, speech bubble with ten dots, speech bubble with eleven dots, speech bubble with twelve dots, speech bubble with thirteen dots, speech bubble with fourteen dots, speech bubble with fifteen dots, speech bubble with sixteen dots, speech bubble with seventeen dots, speech bubble with eighteen dots, speech bubble with nineteen dots, speech bubble with twenty dots, speech bubble with twenty-one dots, speech bubble with twenty-two dots, speech bubble with twenty-three dots, speech bubble with twenty-four dots, speech bubble with twenty-five dots, speech bubble with twenty-six dots, speech bubble with twenty-seven dots, speech bubble with twenty-eight dots, speech bubble with twenty-nine dots, speech bubble with thirty dots, speech bubble with thirty-one dots, speech bubble with thirty-two dots, speech bubble with thirty-three dots, speech bubble with thirty-four dots, speech bubble with thirty-five dots, speech bubble with thirty-six dots, speech bubble with thirty-seven dots, speech bubble with thirty-eight dots, speech bubble with thirty-nine dots, speech bubble with forty dots, speech bubble with forty-one dots, speech bubble with forty-two dots, speech bubble with forty-three dots, speech bubble with forty-four dots, speech bubble with forty-five dots, speech bubble with forty-six dots, speech bubble with forty-seven dots, speech bubble with forty-eight dots, speech bubble with forty-nine dots, speech bubble with fifty dots, speech bubble with fifty-one dots, speech bubble with fifty-two dots, speech bubble with fifty-three dots, speech bubble with fifty-four dots, speech bubble with fifty-five dots, speech bubble with fifty-six dots, speech bubble with fifty-seven dots, speech bubble with fifty-eight dots, speech bubble with fifty-nine dots, speech bubble with sixty dots, speech bubble with sixty-one dots, speech bubble with sixty-two dots, speech bubble with sixty-three dots, speech bubble with sixty-four dots, speech bubble with sixty-five dots, speech bubble with sixty-six dots, speech bubble with sixty-seven dots, speech bubble with sixty-eight dots, speech bubble with sixty-nine dots, speech bubble with seventy dots, speech bubble with seventy-one dots, speech bubble with seventy-two dots, speech bubble with seventy-three dots, speech bubble with seventy-four dots, speech bubble with seventy-five dots, speech bubble with seventy-six dots, speech bubble with seventy-seven dots, speech bubble with seventy-eight dots, speech bubble with seventy-nine dots, speech bubble with eighty dots, speech bubble with eighty-one dots, speech bubble with eighty-two dots, speech bubble with eighty-three dots, speech bubble with eighty-four dots, speech bubble with eighty-five dots, speech bubble with eighty-six dots, speech bubble with eighty-seven dots, speech bubble with eighty-eight dots, speech bubble with eighty-nine dots, speech bubble with ninety dots, speech bubble with ninety-one dots, speech bubble with ninety-two dots, speech bubble with ninety-three dots, speech bubble with ninety-four dots, speech bubble with ninety-five dots, speech bubble with ninety-six dots, speech bubble with ninety-seven dots, speech bubble with ninety-eight dots, speech bubble with ninety-nine dots, speech bubble with one hundred dots).

AGGRESSIVE MOVE ON DIGITAL MICE EXPANDING SPICE UP YOUR BUSINESS AGENDA CAMPAIGN



4-7

AGGRESSIVE MOVE ON DIGITAL MICE
EXPANDING SPICE UP YOUR BUSINESS
AGENDA CAMPAIGN



8-9

TWO CAMPAIGNS HIGHLIGHTED IN TAPPING
THE EUROPEAN MICE MARKET



10-11

PRIVATE SECTOR RESPONDS TO ART 2016
A KEY MECHANISM TO CONNECT ASEAN
TRADE



12-13

MICE TARGETED TO CATALYSE SPECIAL
ECONOMIC ZONES



14-17

MICE CAPABILITIES DEVELOPMENT PLAN
UNVEILED UPHOLDING GOVERNMENT POLICY
TO INCREASE VOCATIONAL MANPOWER



18-19

TCEB LEADS ENTREPRENEURS
TO ATTEND IT&CM CHINA
OFFERS SPECIAL PACKAGE TO MAINTAIN
LEADERSHIP IN CHINESE MARKET



20

COLLABORATION AMONG STATE AGENCIES
MEDIA RELATIONS STRENGTHENED



THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU

TCEB Newsletter

Corporate Communications Division
Marketing and Corporate Image Department

Editorial Staff:

Director: Parichat Svetasreni

Senior Manager: Arisara Thanuplang

Manager: Kanokwan Kadeedang

Executive: Kwanchanok Otton,

Paniyada Mulalin

Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)

Siam Piwat Tower Building,
Unit A2,B1,B2, 12B&26 Fl., 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: Nipphon 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-Trat Rd, Bangna, Bangkok 10260
Thailand

Printed by: WPS (Thailand)

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

Tel: (02) 338 3000



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่านวารสาร ทีเส็บ ทุกท่าน

เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า การสื่อสารและการตลาดออนไลน์มีบทบาทในภาคธุรกิจมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งนอกจากเว็บไซต์ และโซเชียลเน็ตเวิร์คแล้ว การใช้โมบายแอปพลิเคชันก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ทีเส็บ จึงให้ความสำคัญในการพัฒนาแผนการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ปีงบประมาณ 2559 นี้ ทีเส็บ ได้พัฒนาเว็บไซต์ศูนย์รวมข้อมูลการจัดงานไมซ์ครบวงจร www.businesseventsthailand.com ให้ทันสมัย มีข้อมูลที่ครอบคลุมและตอบโจทย์การบริการให้มากขึ้น พร้อมกับเปิดตัวโมบายแอปพลิเคชัน Biz Thailand เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทั่วโลกเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนทั้งในระบบ iOS และ Android

ขณะเดียวกัน ทีเส็บ ได้จัดทำสื่อดิจิทัล พร้อมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์หลากหลายผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะแคมเปญสำหรับตลาดต่างประเทศ Spice Up Your Business Agenda 2016 ซึ่งทีเส็บ เน้นทำร่วมกับ 5 หน่วยงานพันธมิตรจากภาครัฐและเอกชน จัดทำแคมเปญต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 3 โดยปีนี้ ได้พัฒนาแคมเปญให้เชื่อมต่อกับสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางต่างๆ เพื่อขยายการสื่อสารแคมเปญในวงกว้างมากยิ่งขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน ถึง เดือนธันวาคม 2559

ทั้งนี้ ทีเส็บ มีแผนการจัดงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ Thailand MICE Seminar on SEZ (TMSS) ทั้ง 10 เขต เพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ให้เป็นตัวเชื่อมโยงเขตเศรษฐกิจกับจังหวัดโดยรอบ และสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และงานแสดงสินค้า ซึ่งทีเส็บ ได้ริเริ่มจัดขึ้นที่จังหวัดตราดเป็นแห่งแรกเมื่อปลายเดือนมีนาคมที่ผ่านมา

ในขณะที่โครงการ ASEAN Rising Trade Show (ART) มีส่วนช่วยยกระดับงานแสดงสินค้านานาชาติของไทยในภาคอุตสาหกรรมเป้าหมายได้เป็นอย่างมาก โดยงานแสดงสินค้าที่ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ ART ปีที่ 2 ต่างมั่นใจว่าจะสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานได้มากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นเวทีเชื่อมโยงเครือข่ายการค้าในภูมิภาคอาเซียน

ส่วนการส่งเสริมตลาดต่างประเทศในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา ทีเส็บ ได้นำทีมผู้ประกอบการไมซ์ไทย และหน่วยงานพันธมิตร เข้าร่วมงานเทรดโชว์ IT&CM 2016 ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ ซึ่งจีนยังคงเป็นตลาดใหญ่ที่สุดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และอีกกิจกรรมคือ งาน IMEX Frankfurt 2016 ณ เมืองแฟรงก์เฟิร์ต สหพันธ์เยอรมนี โดยทีเส็บ ได้นำเสนอแพ็คเกจพิเศษเฉพาะ เพื่อจูงใจนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากจีน และยุโรป ด้วยสิทธิประโยชน์มากมายสำหรับการซื้อสินค้าและบริการ

อย่างไรก็ตาม ทีเส็บ ต้องเร่งยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ควบคู่ไปกับการส่งเสริมตลาดทั้งในแง่จำนวนและคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากล หรือ MICE 101 โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ รวมถึงการจัดโครงการเชื่อมโยงบัณฑิตสู่สายอาชีพไมซ์ (MICE Academy & Career Day) เพื่อส่งเสริมการผลิตบุคลากรไมซ์รุ่นใหม่สู่ตลาดแรงงานในสายอาชีพไมซ์ให้รองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างต่อเนื่อง

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

No one would argue that online communications and marketing are playing an ever increasing role in the business sector. Besides websites and social networks, use of mobile applications is also enjoying growth. TCEB therefore places great importance on developing an online marketing plan to effectively enhance awareness of Thailand's MICE industry.

In the 2016 fiscal year, the bureau developed www.businesseventsthailand.com, an integrated MICE database that provides comprehensive information in response to the needs of the service sector. The bureau also launched the Biz Thailand mobile application, allowing target groups worldwide easier and more convenient access to information via a smartphone app available on both iOS and Android platforms.

TCEB is also producing digital media and a variety of marketing/PR campaigns through online media. Most notable is the international online marketing campaign Spice Up Your Business Agenda 2016, for which TCEB has teamed up with 5 strategic partners from the public and private sectors for the third consecutive year. In 2016, the campaign has been further developed to connect social media through various channels in a bid to widen communications. The campaign runs from April through December 2016.

TCEB also organised the first in a series of Thailand MICE Seminars on SEZ (TMSS) that will be held in all of 10 special economic zones with the objective of enhancing the MICE business as a bridge between the SEZs and the surrounding provinces. The seminars aim to create a network of strategic partners between MICE entrepreneurs, Thai government agencies and neighbouring countries, thus encouraging organisations in the public and private sectors to hold the meetings, incentives and trade shows in these areas. The bureau held the first seminar in Trat Province in late March 2016.

For their part, ASEAN Rising Trade Shows (ART) can help significantly upgrade Thailand's international trade shows in target industries. The organisers of the participating trade shows in the second year of the ART campaign have expressed confidence that they will be able to attract more visitors to their events, thus building a platform connecting trade networks in ASEAN.

With respect to international marketing promotional campaigns during the past few months, the bureau led Thai MICE entrepreneurs and strategic partners to attend IT&CM 2016 in Shanghai, as China remains the biggest market for Thailand's MICE industry, as well as IMEX Frankfurt 2016 in Germany. TCEB introduced special packages designed for specific markets to lure MICE travellers from China and Europe by offering privileges on services and product purchase.

Of course, the bureau must also develop MICE capabilities in parallel with the marketing promotions. In this regard, TCEB is pushing capabilities enhancement both in terms of quantity and quality through various projects including the MICE 101 curriculum, the Coach the Coaches Programme for the MICE industry, and MICE Academy & Career Day. Finally, the TCEB aims to produce young MICE professionals to meet the demands of the growing MICE industry.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB)



รุกดิจิทัลไมซ์ ขยายแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda

ที่

เลียบ วางแผนตลาดออนไลน์ปี 2559 เติมนักกลยุทธ์เชิงรุกขยายช่องทางการตลาดดิจิทัลเปิดตัวโมบายแอปพลิเคชัน Biz Thailand พร้อมผนึกกำลัง 5 พันธมิตรสานต่อแคมเปญยอดนิยม Spice Up Your Business Agenda ปีที่ 3 กระตุ้นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั่วโลกโดยเฉพาะจีนและ CLMV

นายณัฏฐ์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เลียบ เปิดตัวว่า ปีนี้ ที่เลียบ ยังคงพัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์ให้มีบทบาทในการสนับสนุนแผนการตลาดหลักขององค์กรมากขึ้น โดยบูรณาการกิจกรรมการตลาดแบบออฟไลน์และออนไลน์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดรับกับนโยบายส่งเสริมดิจิทัลไอโอเอ็มของรัฐบาลเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ให้เติบโตและเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจระดับมหภาค

ตามแผนตลาดออนไลน์ปีนี้ ที่เลียบ ผลักดันใน 4 กลยุทธ์หลักคือ 1 การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์รวมข้อมูลการจัดงานไมซ์ครบวงจร www.businesseventsthailand.com ให้มีความทันสมัยด้วยข้อมูลที่ครอบคลุมและตอบโจทย์การบริการให้มากขึ้น โดยเน้น concept Content Marketing โดยการพัฒนาเนื้อหาข้อมูลเพิ่มเติม ทั้ง 8 ภาษา โดยการพัฒนาเนื้อหาข้อมูลเพิ่มเติมให้มีข้อมูลที่ครอบคลุมเพื่อตอบโจทย์และให้บริการผู้ใช้ครบถ้วนตามความต้องการ ในขณะเดียวกัน ได้พัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน Biz Thailand ให้กลุ่มเป้าหมายทั่วโลกเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน Biz Thailand ได้จัดทำในรูปแบบ 2 ภาษา คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รองรับการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายผ่านสมาร์ทโฟนโดยเฉพาะ เนื่องจากปัจจุบันมีผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนจำนวนมากกว่าคอมพิวเตอร์และแท็บเล็ต โดยแอปพลิเคชันนี้ได้รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก เกี่ยวกับวีซ่าและวีซ่าในประเทศสถานที่จัดประชุมทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดใหญ่ๆ ไว้อย่างครบครัน

นอกจากนี้ Biz Thailand ยังมีการอัปเดตแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่นและกิจกรรมพิเศษแบบ Real time โดยอ้างอิงกับตำแหน่งปัจจุบันของผู้ใช้ พร้อมเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกในการแชร์ข้อมูลอีกด้วย โดยสามารถดาวน์โหลดได้จากทั้ง App Store และ Google Play

2 กลยุทธ์ที่สองคือ การจัดทำสื่อการตลาดและการขายแบบดิจิทัลเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์อย่างบูรณาการ ผ่านบล็อก ดิจิทัลโบรชัวร์ วิดีทัศน์ สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Info graphic และ Digital Sale Kit

3 กลยุทธ์ที่สามคือ การส่งเสริมกิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มุ่งเน้นสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ศักยภาพของประเทศไทยในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์

นำเสนอจุดเด่นและแง่มุมใหม่ๆ ของเมืองไมซ์ซิตี้ทั้ง 5 แห่ง รวมถึงเมืองอื่นๆ ที่มีศักยภาพซึ่งจะดำเนินกิจกรรมการตลาดทั้งแบบดั้งเดิมและแบบดิจิทัล พร้อมกันนี้ยังดำเนินแคมเปญการตลาดทั้งต่างประเทศและในประเทศควบคู่กัน

แคมเปญสำหรับตลาดต่างประเทศที่ถือเป็นไฮไลท์สำคัญ คือ แคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2016 ซึ่งที่เลียบยังผนึกกำลังร่วมกับ 5 หน่วยงานพันธมิตรจากภาครัฐและเอกชน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด และบริษัท วีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จัดทำแคมเปญต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เพื่อนำเสนอสิทธิพิเศษของสินค้าและบริการให้แก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ อาทิ Airport Transfer, โรงแรม, สปา, Shopping, บัตรโดยสารเครื่องบิน, กอล์ฟ, ร้านอาหารต่างๆ, Tourist Sim Card, BTS, โปรแกรม Meeting Package, โปรแกรมแพคเกจฟื้นฟูสุขภาพ (Retreatment Package) เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจและมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ตลอดจนเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายและขยายระยะเวลาพำนัในประเทศไทยให้เพิ่มมากขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน ถึง เดือนธันวาคม 2559 โดยนำเสนอสิทธิพิเศษดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.SpiceupYourBusinessAgenda.com

4 กลยุทธ์สุดท้าย คือการจัดทำข้อมูลตลาดและองค์ความรู้อุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านนิตยสารดิจิทัล MICE Move ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ตลอดจนกลุ่มนักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป

เปิดมุมมองเทรนด์ตลาดดิจิทัล

3 ผู้เชี่ยวชาญระดับแนวหน้าแห่งวงการสื่อดิจิทัลร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในงานสัมมนาเรื่องการตลาดออนไลน์ พร้อมทั้งชี้แนวโน้มและเคล็ดลับการทำตลาดให้ประสบความสำเร็จ

นายศุภชัย ปาจริยานนท์ นายกสมาคมโฆษณาดิจิทัลแห่งประเทศไทย กล่าวในหัวข้อ Digital Marketing The New channel for MICE opportunities ว่า งบประมาณดิจิทัลของประเทศไทยมีการเติบโตต่อเนื่อง จาก 6,000 ล้านบาทในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 8,000 ล้านบาทในปี 2558 หรือร้อยละ 30 เปรียบเทียบกับงบประมาณโดยรวมทั้งประเทศเติบโตร้อยละ 3-5 และคาดว่า งบประมาณดิจิทัลปีนี้จะเติบโตถึง 10,000 ล้านบาท

อุตสาหกรรมไมซ์ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ใช้งบประมาณผ่านสื่อดิจิทัลปี 2558 มากเป็นอันดับที่ 11 และคาดว่า จะมีอันดับ 1 ใน 10 ในปีนี้ แสดงว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีการใช้การตลาดดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยมีการโฆษณาผ่านเฟซบุ๊กมากที่สุด ตามด้วย Display หรือ Banner Ad บนเว็บไซต์ชั้นนำ และ สื่อโฆษณาในรูปแบบวิดีโอ บนเว็บไซต์ต่างๆ และเฟซบุ๊ก เพราะมีความ

สะดวกสบาย และรองรับโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต

นายศุภชัย ชีว่า การใช้โฆษณาที่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมใช้สื่อ offline ก็เริ่มแบ่งงบประมาณบางส่วนจากทีวีมาใช้สื่อดิจิทัลเพื่อให้คนเห็นมากขึ้น ซึ่งโซเชียลเน็ตเวิร์คหรือออนไลน์ วิดีโอได้รับความนิยมสูงมาก

นายศุภชัย มองว่า ดิจิทัลเทรนด์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ปีนี้คือ วิธีการทำ Content Marketing เปลี่ยนไป โดยมีการใช้เครื่องหมาย “ # ” หรือ Hashtag ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้คนติดตาม และจดจำเนื้อหาได้ง่าย

การทำตลาด 360 องศา ก็ทำให้การโฆษณามีความน่าสนใจมากขึ้น เช่น สถานที่ท่องเที่ยว หรือ มิวสิควิดีโอ เนื่องจากคนที่เข้ามาดูจะสามารถมองเห็นภาพได้ทุกมุม ในขณะที่ LIVE เป็นเทรนด์ที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในปี นี้ เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการดูโฆษณาสดๆ ทำให้ LIVE เป็นสื่อดิจิทัลได้รับความนิยมมาก เช่น Live FACEBOOK ซึ่งการทำ Content ที่เป็น Real-time จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เพราะคนวางแผนอีเว้นต์ และวางแผนการเดินทาง ต้องการข้อมูลใหม่ล่าสุด เพราะฉะนั้น หากผู้ประกอบการไม่ทำให้ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์แบบ Real-time ได้ ก็จะเป็นตัวที่สร้างความแตกต่างให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

นางขุภากร ธนสุวรรณเกษม ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายปฏิบัติการ ไปตู้ ประเทศไทย เลิฟเอ็นจินยักษ์ใหญ่จากประเทศจีน กล่าวในหัวข้อ Unleash The MICE business potential of China ว่า ไปตู้ให้บริการค้นหาข้อมูลทั้งช่องทางดิจิทัล และโมบายแอปพลิเคชัน โดยมีคนจีนเข้ามาค้นหาข้อมูลจำนวน 10,000 ครั้งต่อวัน

นอกจากเป็นเลิฟเอ็นจินแล้ว ไปตู้ยังได้พัฒนาสินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นออนไลน์คอมมูนิตีที่ใหญ่ที่สุดในเมืองจีน โดยมี Baidu Post คล้ายกับเว็บพันทิป และ Baidu Know และ Baidu Travel ที่เป็นออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง

นางขุภากร กล่าวว่า การท่องเที่ยวจีนที่เฟื่องฟูเป็นปรากฏการณ์ใหม่สำหรับทั่วโลก ซึ่งปีที่แล้วมีคนจีนกว่า 120 ล้านคนเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเมืองไทยเป็นจำนวนเกือบ 8 ล้านคน และมีการใช้จ่ายสูงโดยเฉลี่ยกว่า 1,000 เหรียญสหรัฐต่อคน

ดังนั้น ไปตู้จึงได้เปิดบริการ ไปตู้แมพ แอปพลิเคชันแผนที่ภาษาจีนผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งไม่เพียงสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง ร้านอาหาร และจุดที่น่าสนใจต่างๆ เท่านั้น ยังสามารถค้นหาสินค้าและราคาได้ด้วย

นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลก่อนการเดินทาง ฉะนั้นการทำตลาดกับคนจีนจะต้องให้ความสำคัญทั้งก่อนมาเมืองไทย และระหว่างอยู่ในประเทศไทย ซึ่งจากการสำรวจ คนจีนที่เข้ามาค้นหาข้อมูลจากไปตู้พบว่า ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ช้อปปิ้ง รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และเอ็นเตอร์เทนเมนต์ นอกจากนี้ ผลการวิจัยของรัฐบาลจีนยังชี้ว่า นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศต้องการไปไฟมากที่สุด

คุณทวีภัทร โอภารัตน์ Team Lead – Client Solutions Manager Facebook ประเทศไทย กล่าวในหัวข้อ Mobile Move MICE ว่า เฟซบุ๊กคือ โมบายแพลตฟอร์มที่ทรงประสิทธิภาพที่สุดในโลกตอนนี้ โดยธุรกิจหลักคือ การขายสื่อโฆษณา

ปัจจุบัน โลกกำลังเข้าสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมยุคที่ 4 ซึ่งเป็นการสอดประสานกันระหว่างเทคโนโลยีที่อยู่ด้านนอกกับด้านในดิจิทัล ฉะนั้น เฟซบุ๊กจึงได้เปิดตัว Messenger API เมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา และมีผู้ทดลองใช้รุ่นแรกคือ KLM Royal Dutch Airlines ซึ่งได้เชื่อมต่อกับเฟซบุ๊กเพื่อให้บริการซื้อตั๋วออนไลน์ ตรวจสอบข้อมูลเที่ยวบิน เช็ค-อิน ออนไลน์ ออกบัตรโดยสารขึ้นเครื่องออนไลน์ คุยกับเจ้าหน้าที่ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถเปลี่ยนที่นั่งได้อย่างง่ายดายผ่าน Chat App

นอกจากการใช้เฟซบุ๊กเพื่อการติดต่อสื่อสาร ค้นหาข้อมูลจากผู้อื่นๆ เพื่อพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ร่วมทำกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงการโปรโมทแบรนด์แล้ว อีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยม คือการเปิดหน้าร้านบนเฟซบุ๊ก

คุณทวีภัทร ระบุว่า การทำแคมเปญบนเฟซบุ๊กมี 3 หัวใจสำคัญได้แก่ ตั้งเป้าหมายในธุรกิจ (objective) โดยต้องทำแคมเปญให้ตอบโจทย์ทางธุรกิจของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแบรนด์ นำเสนอคอนเทนต์ สร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่และขยายฐานกลุ่มเป้าหมายเดิม ทั้งนี้ เจ้าของเพจสามารถสร้าง Like Comment Share ได้แต่ไม่ควรให้เป็นวัตถุประสงค์ของธุรกิจ

ประการที่สองคือ บอกเล่าจุดขายให้เด่น (Creative) ซึ่งเฟซบุ๊กมองว่า Content marketing ที่ดีต้องได้รับการลงทุนให้มีการคิดสร้างสรรค์และนำเสนอได้อย่างน่าสนใจ นอกจากนี้ ยังสามารถทำ Cinematograph คือการทำภาพเคลื่อนไหวเฉพาะจุดได้ การทำวิดีโอที่เคลื่อนไหว หรือการทำวิดีโอ 360 องศาเหมาะสำหรับท่องเที่ยว และอื่นๆ

สุดท้ายคือ ใช้สื่อถูกที่ ถูกเวลา (Targeting) โดยนำเสนอในแนวคิดที่แม่นยำ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด หากสามารถระบุได้เป้าหมายได้ชัดเจนก็จะเป็นผลดีกับการลงทุนในการโฆษณาธุรกิจ

นอกจากนี้ เฟซบุ๊กยังใช้เป็นแพลตฟอร์มในการสร้างฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมายทั้งเบอร์โทรศัพท์ และการติดต่อผ่านอีเมลในอดีต รวมถึงการสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ซึ่งเหมาะสำหรับการทำธุรกิจ B2B หรือธุรกิจ MICE



กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ต่างประเทศ

แคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2016

- พัฒนาแคมเปญให้เชื่อมต่อกับสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางต่างๆ ภายใต้แนวคิด Social Connectivity เพื่อขยายการสื่อสารแคมเปญในวงกว้างมากยิ่งขึ้น พร้อมนำเสนอสิทธิพิเศษของสินค้าและบริการที่น่าสนใจ โดยผู้ที่สนใจ สามารถเข้าชมสิทธิพิเศษต่างๆ เพิ่มเติมได้ที่ www.SpiceupYourBusinessAgenda.com
- เพิ่มสิทธิพิเศษโดยเฉพาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายหลักจากตลาดจีน
- ขยายแคมเปญไปยังนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากตลาด CLMV กลุ่มผู้เข้าร่วมงานประชุมและร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติภายในประเทศ ตลอดจนกลุ่มลูกค้าบัตรเครดิต VISA Commercial Card และ VISA SME Card ในประเทศไทย



กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ในประเทศ

- จัดทำประชาสัมพันธ์ออนไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล อาทิ บล็อก วิดีโอคลิป ดิจิทัล โบรชัวร์ โฟโต้แกลเลอรี เพื่อสร้างกระแสการจัดประชุมสัมมนาในพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ ตอบสนองนโยบายภาครัฐ สร้างรากฐานเศรษฐกิจให้ยั่งยืน
- แคมเปญ Digital MICE Award 2016 Young VDO Contest โดยเชิญชวนนิสิต นักศึกษา อายุ 18-25 ปี เข้าร่วมเวิร์คช็อปความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ และส่งผลงานคลิปวิดีโอเข้าประกวดในหัวข้อ MICE is everywhere ไม่ว่าที่ไหนในเมืองไทย ก็จัดงานประชุมได้ เพื่อช่วยศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ของโลก
- แคมเปญ MICE Trip Challenge ผ่านเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และบอกต่อ โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะโพสต์ภาพสถานที่พร้อมเหตุผลที่อยากให้องค์กรหรือบริษัทของตนพาไปจัดงานประชุม สัมมนาหรือทำกิจกรรม แล้วส่งคำท้าด้วยการ Tag ต่อไปยังเพื่อนร่วมงานและเจ้านาย พร้อมใส่ Hashtag ตามที่กำหนด



เป้าหมายการตลาดออนไลน์ ในปี 2559

เป้าหมายการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เทียบกับเป้าหมายปี 2558

- กลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศจำนวน 4,500,000 วิว เพิ่มขึ้น 50%
- กลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากในประเทศจำนวน 1,400,000 วิว เพิ่มขึ้น 133%



ปริมาณผู้มาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของทีเส็บ

กลุ่มผู้มาเยี่ยมชมจากต่างประเทศ จำนวน 253,000 เเพจวิว เพิ่มขึ้น 15%



AGGRESSIVE MOVE ON DIGITAL MICE EXPANDING SPICE UP YOUR BUSINESS AGENDA CAMPAIGN

TCEB has developed its online marketing plan for 2016, moving forward with an aggressive strategy to extend digital marketing channels and launch the mobile application Biz Thailand. The bureau has also teamed up with 5 strategic partners for the third year of the popular Spice Up Your Business Agenda campaign with the aim of attracting MICE travellers from all over the world, and especially from China and CLMV.

TCEB's President Mr. Nopparat Maythaveekulchai says that TCEB is continuing with its development of a digital marketing strategy this year to support the key marketing plan through the integration of offline and online marketing activities and point these in the same direction. This was also in line with the government's Digital Economy policy to drive MICE industry growth and performance as a crucial mechanism in strengthening the macro economy.

Under its online marketing plan for 2016, TCEB is strengthening four major strategies. The first is the development of www.BusinesseEventsThailand.com with a focus on the concept Content Marketing. The website has been developed to provide 8 languages and comprehensive MICE information that responds to customers' needs.

Meanwhile, the bureau has developed Biz Thailand mobile application, which allows target customers worldwide easy and convenient access to the information via smartphone, has been designed in Thai and English. This is seen as particularly important as most people today connect to the Internet via smartphone rather than PCs or tablets. The mobile application pools together useful information on attractions, restaurants, hotels, flight details plus MICE venues in Bangkok and other major cities.

Moreover, the application also updates special promotions and activities in real time based on specific locations, and users can easily share this information through their social networks. The Biz Thailand app is available for download now from the App Store and Google Play.

The second strategy is the development of digital marketing and sales tools to support the MICE industry and includes a blog, digital brochure, photo and video content, as well as info graphics and digital sales kits.

The last strategy focuses on marketing promotions and PR campaigns via online media and has as its aim the enhancement of image and awareness of the capabilities of Thailand as a premier MICE destination. The campaigns will introduce outstanding points and new perspectives of the five MICE Cities and other potential MICE destination. The bureau will integrate traditional and digital marketing activities and run both in the domestic and international markets.

A highlight of the international marketing campaign is the Spice Up Your Business Agenda 2016 for which TCEB has joined with 5 strategic partners from the public and private sectors, namely the Tourism Authority of Thailand, the Ministry of Commerce's Department of International Trade Promotion, Thai Airways International, Thai Smile Airways, and Visa International (Thailand). The campaign, which is now in its third consecutive year, offers privileges for MICE travellers to purchase products and services including airport transfer, hotels, spas, shopping, air tickets, golf, restaurants, Tourist Sim Card, BTS, meeting packages, and retreatment packages. The campaign aims to offer MICE travellers impressions and experiences of the Kingdom while also stimulating spending and longer stays in Thailand. The campaign is effective from April until December 2016. The privileges are available at www.SpiceupYourBusinessAgenda.com

Lastly, the bureau is producing the MICE Move digital magazine to provide marketing information and industry knowledge to local MICE entrepreneurs, students and interested members of the public.

DIGITAL MARKETING TRENDS

Three leading experts in the field of digital media joined TCEB's seminar to share their experiences of online marketing. They also presented the market trends and offered tips for successful marketing.

Mr. Supachai Parchariyanon, President of the Digital Advertising Association (Thailand), spoke on the topic Digital Marketing: The new channel for MICE opportunities, noting that digital advertising spending in Thailand has been steadily growing, going from Bt6 billion in 2014 to Bt8 billion last year, a rise of 30 per cent compared to the 3-5 per cent growth in total advertising spending. It was expected that digital advertising spending would reach Bt10 billion this year.

In 2015, the incentive travel industry ranked eleventh in terms of digital advertising spending. The industry was expected to be in the top ten of largest spenders this year thanks to this growing digital marketing budget.

Advertising via Facebook is the most popular medium, followed by display or banner ads on leading websites as well as video on websites and Facebook, which are conveniently and easily accessed by smartphone and tablet.

Mr. Supachai said that the digital trend in the MICE industry this year was the change in marketing content. Using the “#” Hashtag symbol on posts had become a popular tool that allows audience to follow and easily remember posts.

The 360-degree marketing also makes advertising more attractive, especially through tourist destinations and music videos, because viewers can

see photos from all angles. Live ads, such as Live Facebook, were equally part of the growing trend. Mr. Supachai said that the real-time content would respond to customer demands because event planners and travel planners always need the latest information. By providing customers with real-time interaction, MICE entrepreneurs would help differentiate Thailand's MICE industry from others.

Ms. Chadakorn Tanasuwanaksem, Senior Operation Manager of Baidu Thailand, a giant search engine from China, gave a presentation titled Unleash the MICE business potential of China. Baidu provides its search engine through both digital channels and mobile applications and attracts about 10,000 Chinese a day.

In addition to the search engine, Baidu, which now boasts the biggest online community in China, has developed a tourism product that includes Baidu Post, which is similar to the Pantip website, Baidu Know and Baidu Travel online marketing.

Ms. Chadakorn noted that the boom in Chinese tourism has become a phenomenon all over the planet with more than 120 million Chinese tourists visiting overseas destinations worldwide. Last year, Thailand welcomed almost 8 million Chinese visitors with an average spending of more than US\$1,000 per head.

Baidu has responded by launching the Baidu Map mobile application in the Chinese language. This covers not just tourist destinations, shopping venues, restaurants and various attractions but also allows users to search for products and prices.

Ms. Chadakorn said that most Chinese tourists searched for information before travelling. Marketers thus needed to realise the importance of conducting marketing campaigns both before and during their stay in Thailand.

A survey of Baidu users revealed that most search for information about shopping, followed by tourist attractions and entertainment. In addition, Chinese tourists list WiFi access as the most-sought facility when travelling abroad.

Ms. Thavipat Oparat, Team Leader – Client Solutions Manager Facebook, spoke on the topic Mobile Move MICE, noting that Facebook is the most efficient mobile platform in the world as its main business comes from the sale of ads.

The world is now entering the fourth era of industrial evolution, one which is characterised by a fusion of technologies in and outside the digital spheres. Facebook has responded by introducing the Messenger API 4 and has KLM Royal Dutch Airlines as the first client. The airline has connected with Facebook to provide an online ticket booking service, flight information, online check-in, online boarding pass, 24-hour contact with airline staff, and easy seat changes via Chat App.

In addition to communications, searching for information from other users before making a decision to buy products or services, joining activities, as well as brand promotions and creating shops on Facebook are also popular.

Ms. Thavipat explained the key elements for Facebook campaigns. Firstly, the page owner has to develop a campaign in response to his/her business objectives which includes brand building and content presentation, and also seeks new target groups while expanding the existing customer base.

The page owner, he added, is able to create like comment share, though not business objectives.

Secondly, the owner has to introduce products or services that stand out. Investment is essential to generating creative and interesting presentations. He or she can also come up with cinematography, videos or 360-degree videos, which are particularly suited to tourism and related businesses.

Last but not least is using the right media and getting the timing right. Page owners, and especially entrepreneurs with a limited budget, must present a precise concept. Identifying a clear target is crucial to advertising spending to promote the business.

Moreover, Facebook is also a platform to develop a database of target audiences including telephone numbers and e-mail messages as well as creating new target groups. It is suitable for doing B2B or MICE business.



International online marketing strategy

Spice Up Your Business Agenda 2016

- Develop campaign to connect social networking via various channels under the concept Social Connectivity in order to spread information to a wider community. The campaign offers attractive privileges for buying products and services. For more information, visit www.SpiceUpYourBusinessAgenda.com.
- Expand campaign to include MICE travellers from CLMV, participants of domestic meetings and exhibitions, as well as VISA Commercial Card and VISA SME Card holders in Thailand.



Domestic online marketing strategy

- Produce online PR/digital PR signage including blog, video clip, digital brochure and photo gallery to encourage awareness of organising the meetings in local areas nationwide in response to Pracharath policy (State of the People) and strengthen the grassroots economy.
- Organise the Digital MICE Award 2016 "Young VDO Contest", inviting students aged 18-25 years to submit video clips on the theme "MICE is everywhere" that showcase the capabilities of Thailand as a global premier MICE destination.
- Create a MICE Trip Challenge via Facebook and Instagram to encourage awareness and pass on the message to others. Each participant will post a destination with the reason why he/she wishes an organisation or company to hold a meeting, seminar or activity. Then, he/she will send out a challenge by using tags to colleagues and bosses together with a Hashtag.



Online marketing target in 2016

Visibility target via online media compared to target in 2015

- Number of international viewers to increase by 50% to 4,500,000 views
- Number of domestic viewers to increase by 133% to 1,400,000 views



TCEB's website visitors

- Number of international visitors to increase by 15% to 253,000 page views



ชูสองแคมเปญดึงดูดตลาดไมซ์ยุโรป

ในขณะที่ประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจ แต่ยุโรปยังถือเป็นตลาดไมซ์ขนาดใหญ่และแข็งแกร่งสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่เลิ็บ จึงดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง ล่าสุด ที่เลิ็บ นำทีมผู้ประกอบการไมซ์ไทย 23 ราย เข้าร่วมงาน IMEX Frankfurt 2016 ณ เมืองแฟรงก์เฟิร์ต สหพันธ์รัฐเยอรมนี ระหว่างวันที่ 19-21 เมษายน 2559 ซึ่งเป็นงานเทรดโชว์ระดับโลกด้านการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในภูมิภาคยุโรป พร้อมนำเสนอ 2 แคมเปญหลักกระตุ้นตลาดไมซ์ยุโรปด้วยโอกาสและประสบการณ์ใหม่ๆ สำหรับการจัดงาน

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เลิ็บ เปิดเผยว่า ที่เลิ็บ ร่วมมือกับพันธมิตรประกอบด้วย โรงแรม ศูนย์การประชุม บริษัทการบินไทย และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทีก้า เข้าร่วมงานเทรดโชว์ IMEX Frankfurt 2016 ซึ่งถือเป็นหนึ่งในเวทีหลักสำหรับกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งประเทศไทยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากจำนวนการนัดหมายธุรกิจ และผู้เข้าชมชมบูธ

ปีนี้ ที่เลิ็บ นำเสนอ 2 แคมเปญในงานเทรดโชว์ ได้แก่ Thailand-the CSR destination: Sustainable & Soulful ซึ่งออกแบบมาเพื่อยกระดับการจัดกิจกรรมทางธุรกิจในประเทศไทย โดยเปิดโอกาสให้ผู้จัดงาน และผู้เข้าร่วมงานได้เข้าร่วมในกิจกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่หลากหลายในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นช่วงก่อนหรือหลังการจัดงานไมซ์ ผู้เข้าร่วมงานสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสนับสนุนโครงการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ตลอดจนกิจกรรมการกุศลในรูปแบบกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร (Team Building)

ทั้งนี้ แคมเปญ Thailand-the CSR destination: Sustainable & Soulful สร้างความโดดเด่นให้กับประเทศไทยผ่าน 4 จุดหมายปลายทางหลัก คือ กิจกรรมซีเอสอาร์บริเวณชายทะเล กิจกรรมซีเอสอาร์ในกรุงเทพมหานคร กิจกรรมซีเอสอาร์ในพื้นที่ป่าและพื้นที่เกษตร และ กิจกรรม

ตามรอยโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ส่วนอีกแคมเปญคือ Thailand CONNECT Welcome package 2016 ซึ่งมอบสิทธิพิเศษ ประกอบด้วย 1 บัตรโดยสารรถไฟฟ้า BTS Connect SmartPass ประเภทเติมเงิน สกรีนลาย Thailand CONNECT มูลค่า 100 บาท พร้อมด้วยแผนที่กรุงเทพฯ ที่ครอบคลุมศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติมาตรฐานระดับโลกทั้ง 5 แห่ง รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ 2 USB drive card, ชุดใช้งานอินเทอร์เน็ต WiFi จำนวน 7 วัน และชุด Thailand CONNECT Welcome Package: Ratchaprasong District ที่มาพร้อมคู่มือส่วนลดสำหรับสินค้าและบริการที่หลากหลายของผู้ประกอบการในย่านราชประสงค์โดยเฉพาะ และ 3 คู่มือคำศัพท์และบทสนทนาภาษาไทยเบื้องต้น เพื่อช่วยให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์สามารถสื่อสารเบื้องต้นอย่างง่ายด้วยภาษาไทย เพื่อเพิ่มความประทับใจสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากยุโรป เพื่อให้มาสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ ในประเทศไทย โดยแคมเปญดังกล่าวจะสิ้นสุดในเดือนธันวาคม 2559

นายณพรัตน์ กล่าวว่า ตลาดไมซ์ยุโรปยังคงแข็งแกร่งและมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยปีงบประมาณ 2558 นักเดินทางทางกลุ่มไมซ์จากประเทศในยุโรปมายังประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 118,436 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.72 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สร้างรายได้แก่ประเทศเกือบ 11,000 ล้านบาท หรือราว 275 ล้านยูโร โดยตลาดการประชุมนานาชาติ (Conventions) มีสัดส่วนสูงที่สุดร้อยละ 20.71 ตามด้วยตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานแสดงสินค้า และการประชุม ส่วนจำนวนนักเดินทางไมซ์จากประเทศยุโรป 5 อันดับแรกได้แก่ ฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และ อิตาลี



TWO CAMPAIGNS HIGHLIGHTED IN TAPPING THE EUROPEAN MICE MARKET

Although most European countries still face economic challenges, Europe remains a large and robust market for Thailand's MICE industry and TCEB is thus continuing to organise special sales and marketing activities.

The TCEB recently led 23 Thai MICE operators to Germany to attend IMEX Frankfurt 2016, Europe's world-class meeting and incentive trade show, which was held from April 19 to 21. The bureau also introduced two major campaigns to stimulate the European market, offering new opportunities and experiences for those organising events in Thailand.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, TCEB's President, noted that the bureau joined with strategic partners including hotels, convention centres, Thai Airways International and Thailand Incentive and Convention Association (TICA) in participating in IMEX Frankfurt 2016, which is always a major platform for sales promotion activity. Throughout the three days of the event, Thailand received a good response with plenty of business appointments and trade visitors.

This year, the bureau introduced the two marketing campaigns at the trade show. The first of these, Thailand-the CSR Destination: Sustainable & soulful, is designed to upgrade business events held in Thailand. The campaign allows the organisers and participants to join a variety of CSR activities in Thailand both pre and post event. Participants can learn about environmental conservation and support projects geared at sustainable development as well as make a social contribution through the team-building activities.

The Thailand-the CSR Destination: Sustainable & soulful campaign highlights Thailand's outstanding destinations for sustainability and CSR activities, namely areas along the coast, wildlife and Royal Initiative Projects.

Another campaign is the Thailand CONNECT Welcome package 2016, which offers several privileges: These consist of: 1 a printed Thailand CONNECT BTS SmartPass with start-up value of Bt100 and Bangkok MICE Map that covers five major MICE venues and tourist attractions; 2 a USB drive card, a seven-day Free WiFi usage, and a Thailand CONNECT Welcome Package: Ratchaprasong District card plus a guidebook on discounts offered by product and service providers in the Ratchaprasong district; and 3 a card translating useful and simple Thai phrases to help international MICE travellers connect easily with the people of Thailand. This will help European MICE travellers develop favourable impressions of the country by offering them new experiences in Thailand. The campaign runs through December 2016.

Mr. Nopparat added that the European MICE market remains strong and is important for Thailand's MICE industry. In 2015 fiscal year, Thailand welcomed 118,436 European MICE travellers, up 11.72 per cent compared to the same period a year earlier, generating almost Bt11 billion or around 275 million Euros.

Conventions were the biggest market representing 20.71 per cent, followed by incentives, exhibitions, and meetings. The top-five European MICE travellers to Thailand were from France, England, Germany, Netherlands and Italy.



ภาคเอกชนขนานรับโครงการ ART 2016 กลไกสำคัญเชื่อมการค้าอาเซียน

พลังการริเริ่มโครงการ ASEAN Rising Trade Show (ART) เมื่อปีที่ผ่าน มา บริษัทผู้จัดงานแสดงสินค้าในภาคอุตสาหกรรมเป้าหมายต่างยืนยันถึงความสำเร็จอย่างมากในการยกระดับงานแสดงสินค้า และเป็นเวทีเชื่อมโยงเครือข่ายการค้าในภูมิภาคอาเซียน

ที่เส็บ เดินหน้าโครงการ ASEAN Rising Trade Show (ART) ปีที่ 2 ภายใต้แนวคิด Think Big, Go Beyond สนับสนุน 9 งานแสดงสินค้าใน 4 อุตสาหกรรมจากหลักเข้าร่วม ผลักดันประเทศไทยสู่ศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคอาเซียน

นางสาวชนภา เลิศรุ่งเรือง ผู้จัดการกลุ่มโครงการ บริษัท รัตน์ เทรคเด็คซ์ จำกัด ผู้จัดงาน Assembly & Automation Technology 2016 และ งาน Automotive Manufacturing 2016 กล่าวว่า “จากการเข้าร่วมโครงการเมื่อปีที่แล้วทำให้มีผู้เข้าชมงานจากอาเซียนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 250 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งทั้งสองงานถือเป็นเวทีในการขยายเครือข่ายความร่วมมือในอาเซียน และส่งเสริมให้ไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออกยานยนต์ที่แข็งแกร่งในภูมิภาค โดยปีนี้คาดว่าจะมีผู้เข้าชมงานจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 50”

นายสรราช นุ่มบุญนำ ผู้อำนวยการกลุ่มโครงการ บริษัท ยูบีเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “บริษัทจัดงานเทรดโชว์ด้านพลังงานเป็นเวลา 11 ปีติดต่อกัน โดยได้รับการสนับสนุนจากที่เส็บ ซึ่งปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้เข้าชมงานจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 300 ผู้เข้าชมงานจากอาเซียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 400 ปีนี้ บริษัท ได้ขยายพื้นที่การจัดงาน ASEAN Sustainable Energy Week 2016 เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 30 โดยจะเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น”

นายจัสติน พาว ผู้จัดการทั่วไป บริษัท แบงค็อก เอ็กซิซิชั่น เซอร์วิส เซส จำกัด ผู้จัดงาน Food & Hotel Thailand 2016 กล่าวว่า “โครงการ ART เป็นการสนับสนุนที่สุดยอด ซึ่งบริษัทได้เข้าร่วมโครงการในปีที่ผ่านมา และได้รับโครงการ AEC Culinary Challenge ขึ้น สำหรับปีนี้ จากการสนับสนุนของที่เส็บทำให้บริษัทสามารถจัดกิจกรรมภายในงานเพิ่มมากขึ้น”

นายนิโน กรุดเตก กรรมการผู้จัดการ บริษัท วีเอ็นยู เอ็กซิซิชั่นส์ เอเชีย แปซิฟิก จำกัด กล่าวว่า “โครงการ ART เป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการจัดงานแสดงสินค้า โดยบริษัทจะจัดงาน Thailand Lab International 2016 ในเดือนกันยายนนี้ ณ ไบเทค ซึ่งการจัดงานในปีที่ผ่านมา มีผู้เข้าชมงานกว่า 8,000 คน โดยเป็นนักเดินทางมาจากต่างประเทศร้อยละ 10 ฉะนั้น ทุกคนจะสามารถจินตนาการได้ว่าเทรดโชว์มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างไร”

นาย พิราม พรชาดา รว กรรมการบริหาร เทคโนบิซกรุ๊ป ผู้จัดงาน GRTE 2016 (Global Rubber, Latex & Tire Expo 2016) และ 3W+CPPE Expo 2016 ระบุว่า “คุณภาพของผู้เข้าร่วมจัดงานและผู้เข้าชมงานมีความสำคัญอย่างเท่าเทียมกันกับจำนวนผู้ร่วมงานเพื่อความยั่งยืนของงานแสดงสินค้า ทั้งนี้โครงการ ART ที่ทาง เทคโนบิซ ได้รับการสนับสนุนนั้น เพื่อพัฒนางานแสดงสินค้าทั้งในด้านความยั่งยืนของงาน ควบคู่ไปกับ การให้ความสำคัญในทางปฏิบัติเน้นคุณค่าเพื่อประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน”

นางสาวพรพรรณ บุณนอร์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายโครงการ บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ผู้จัดงาน SIMA ASEAN Thailand 2016 (The ASEAN agri-business show) และ งาน Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2016 กล่าวว่า “เป็นครั้งแรกที่ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ ART ซึ่งมั่นใจว่า จะทำให้ดึงดูดผู้จัดงานและผู้เข้าชมงาน และกลุ่มผู้ซื้อหลักได้มากขึ้น จาก 2 อุตสาหกรรมหลัก โดยเฉพาะจากกลุ่มประเทศอาเซียน

งาน SIMA ASEAN Thailand จะเป็นเวทีสำคัญในการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อ

หาแนวทางการแก้ปัญหาภาคการเกษตรและพัฒนาอย่างยั่งยืนท่ามกลางความท้าทายต่างๆ อย่างมากมาย ในขณะที่อุตสาหกรรมความงามก็มีอัตราการเติบโตสูง โดยคาดว่าในปีนี้จะมียอดค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 15-20 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งหมดนี้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้นในอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าสำหรับทั้ง 2 โซวซ์ชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน” นางสาวพรพรรณกล่าว

ในฐานะผู้ริเริ่มโครงการ อย่างที่เส็บ โดย นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ที่เส็บ เปิดเผยว่า การดำเนินโครงการ ART ในปีที่ผ่านมา ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก นอกจากยกระดับงานแสดงสินค้าใน 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงแล้ว ยังเพิ่มจำนวนผู้แสดงสินค้าและจำนวนผู้ชมงานจากต่างประเทศ ตลอดจนรายได้จากการจัดงาน

ปีนี้ ที่เส็บ พัฒนาโครงการ ASEAN Rising Trade Show (ART) ปีที่ 2 ภายใต้แนวคิด Think Big, Go Beyond โดยมีเป้าหมายเข้าร่วม หวังหนุนไทยเป็นเวทีเชื่อมการค้าอาเซียน ขับเคลื่อนเศรษฐกิจพร้อมผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นชาติการค้าตามยุทธศาสตร์รัฐบาล

ที่เส็บ กำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคอาเซียน และส่งเสริมอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ โดยมีเป้าหมายให้เป็นเวทีเชื่อมการค้าและการลงทุนทั้งในระดับอนุภาคและภูมิภาคอาเซียน ขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้ายังช่วยส่งเสริมให้เกิดห่วงโซ่มูลค่า (Global Value Chain) ทั้งด้านการค้าและการลงทุนต่ออุตสาหกรรมหลักของประเทศ สร้างโอกาสให้ผู้ผลิต ผู้ซื้อ และผู้ขายที่มีศักยภาพของอาเซียนมาพบกัน โดยเฉพาะ 5 อุตสาหกรรมพื้นฐานตามแนวโน้มการเติบโตของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ พลังงาน อาหารและสินค้าเกษตร สุขภาพ และโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งผลจากการเติบโตของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติที่มั่นคงและยั่งยืน จะช่วยผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นชาติการค้าตามยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศของรัฐบาล

สำหรับโครงการ ART 2016 ที่เส็บ เน้นการดำเนินงานตามนโยบายภาครัฐ โดยขยายเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้ง 5 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ภาคเอกชน และหน่วยงาน ตลอดจนสมาคมในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติ เพื่อกำหนดทิศทางการตลาดและการสนับสนุนให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมและภาคเอกชนมากที่สุด

งานแสดงสินค้านานาชาติที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ ART 2016 ประกอบด้วย Food & Hotel Thailand 2016 and SIMA ASEAN Thailand 2016 ภายใต้อุตสาหกรรมอาหารและการเกษตร GRTE 2016 (Global Rubber, Latex & Tire Expo 2016), งาน Automotive Manufacturing 2016 และงาน Assembly and Automation Technology 2016 ภายใต้อุตสาหกรรมยานยนต์, งาน ASEAN Sustainable Energy Week 2016 และงาน 3W Expo 2016 ภายใต้อุตสาหกรรมพลังงาน, งาน Thailand Lab International 2016 และงาน Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2016 ภายใต้อุตสาหกรรมสุขภาพ

ในปีงบประมาณ 2558 อุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติเติบโตร้อยละ 31.9 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีก่อน ในขณะที่นักเดินทางธุรกิจจากกลุ่มประเทศอาเซียนมีการเติบโตร้อยละ 45.3 ส่งผลให้เกิดการขายความร่วมมือและเชื่อมโยงธุรกิจให้แก่กันที่ได้รับการสนับสนุนไปยังสมาคมต่างๆ ในอาเซียน และสร้างความแข็งแกร่งให้แก่งานแสดงสินค้าในระยะยาว

ตามแผนแม่บทปี 2560-2564 ที่เส็บคาดการณ์ว่า จำนวนนักเดินทางธุรกิจจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10 และรายได้เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 14 ในขณะที่โครงการ ART ระยะเวลา 3 ปี (2558-2560) จะเพิ่มจำนวนนักธุรกิจในการแสดงสินค้านานาชาติจากกลุ่มประเทศอาเซียนเติบโตร้อยละ 30 ต่อปี

PRIVATE SECTOR RESPONDS TO ART 2016

A KEY MECHANISM TO CONNECT ASEAN TRADE

The ASEAN Rising Trade Show (ART), which was initiated last year, has resulted in organisers of international exhibitions in target industrial sectors reaffirming their success in upgrading exhibitions and becoming platforms for linking trade networks in ASEAN region.

TCEB has moved into the second year of the ART project based on the concept Think Big, Go Beyond by supporting 9 exhibitions in 4 major industries to drive Thailand forward as a hub for international exhibitions in the region.

Ms. Chanapa Lertrunguang, Group Project Manager, Reed Tradex Co., Ltd., the organiser of Assembly & Automation Technology 2016 and Automotive Manufacturing 2016, said that “since participating in the ART last year, the two events have enjoyed a 250-per-cent growth in ASEAN visitors compared to the previous year. Both events are recognised as a platform for expanding the ASEAN collaboration network and promoting Thailand as a solid production and export base for automobiles in the region. This year, the company expects 50-per-cent growth in international travellers visiting the events.”

Mr. Sanchai Noombunnam, Group Director of UBM Asia (Thailand) Co., Ltd., said that “the company has organised an energy exhibition for 11 consecutive years with continued support from TCEB. Last year, the company enjoyed a 300-percent growth in the international visitors, while the number of ASEAN visitors surged by 400 per cent. This year, the company has expanded the space of ASEAN Sustainable Energy Week 2016 by 30 per cent with the aim to tap into more target groups.”

Mr. Justin Pau, General Manager, Bangkok Exhibition Services Ltd (BES), the organiser of Food & Hotel Thailand 2016, was full of praise for the ART project. “The company participated in the project last year and initiated the AEC Culinary Challenge. Thanks to TCEB’s support, the company has been able to create more activities for this year’s edition of the event.”

Mr. Nino Gruettke, Managing Director of VNU Exhibitions Asia Pacific Co., Ltd., said that “the ART is very useful for the organisers. The company will hold Thailand Lab International 2016 in September this year at BITEC. Last year, the event welcomed more than 8,000 visitors, 10 per cent of them are international MICE travellers. This clearly shows the impact trade shows have on the country’s economy.”

Mr. Peram Prasada Rao, Executive Director of TechnoBiz Group, the organizer of GRTE 2016 (Global Rubber, Latex & Tire Expo 2016) and 3W+CPPE Expo 2016, noted that “quality of exhibitors and visitors is equally important as the participation numbers for the sustainability of exhibition. In this regard, the ART project has been supporting TechnoBiz to develop both expos in sustainable manner with emphasis on value-oriented practices for the benefit of all stake-holders.”

Ms. Pornphan Bulner, Assistant Director of Exhibition Project Department, IMPACT Exhibition Management Co., Ltd., the organiser of SIMA ASEAN Thailand 2016 (The ASEAN agri-business show) and Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2016, noted that “the company is joining the ART project for the first time. However, the company is confident that both shows would attract more exhibitors, visitors and key buyers of these 2 key industries especially from ASEAN”

“SIMA ASEAN Thailand will be a crucial platform to integrate ASEAN Agri-business industry in searching for solutions to tackle the main issues in the agricultural sector and support sustainable development in this industry amidst the current challenges. Also, the Thai beauty industry has experienced

buoyant growth over the last decade to be the market leader in ASEAN and is expected to grow by 15-20 per cent this year. All these make this an exciting new era for these 2 leading shows for their respective industries in ASEAN” said Ms. Pornphan Bulner.

Mrs. Supawan Teerarat, Vice-President for TCEB’s Strategic and Business Development, reiterated that the bureau initiated the ART project last year and that it had proved a great success. In addition to elevating the standards of international exhibitions in 5 industries, the ART also increased the number of international exhibitors and visitors thus boosting revenues.

This year, the TCEB has developed the second edition of the ART project on the concept Think Big, Go Beyond with the aim of enhancing Thailand’s status as a platform to connect ASEAN trade and drive the economy, leading to its becoming a Trade Nation in line with the government’s strategy.

The bureau has set a goal to promote Thailand as a preferred destination for exhibitions in ASEAN. In addition, the international exhibitions industry will be promoted so that it becomes a driving force for the economy. The exhibitions will serve as platforms to connect trade and investment in sub-regions and the ASEAN region.

The international exhibitions will also help develop the global value chain in terms of trade and investment for the country’s major industries while creating opportunities for potential manufacturers, buyers and sellers to become more familiar with the 5 key fundamental ASEAN growth industries, namely Automotive, Energy, Food & Agriculture, Healthcare & Wellness, and infrastructure. The strong and sustainable growth of the international exhibition industry will strengthen Thailand and help it become a trade nation in accordance with the government’s economic development strategy.

For the ART project, the TCEB has based its operations on the State of People Policy (Pracharath Policy) by expanding the collaborative network to the government agencies related to 5 target industries, the private sector and organisations as well as associations in the international exhibition industry in an effort to define marketing direction and provide support in response to the needs of industry and the private sector.

The participating exhibitions in the ART 2016 are: Food & Hotel Thailand 2016 and SIMA ASEAN Thailand 2016 under the food & agricultural industry; GRTE 2016 (Global Rubber, Latex & Tire Expo 2016), Automotive Manufacturing 2016, and Assembly & Automation Technology 2016 under the automotive industry; ASEAN Sustainable Energy Week 2016 and 3W Expo 2016 under the energy industry; and Thailand lab International 2016 and Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2016 under the healthcare & wellness industry.

In the 2015 fiscal year, the international exhibition industry recorded 31.9-per-cent growth in the number of international trade visitors compared to the same period of the previous year, while the number of trade visitors from ASEAN jumped by 45.3 per cent. This growing industry has expanded partnerships and business connections between the supported exhibitions and trade associations in ASEAN as well as strengthened the exhibitions in the long run.

According to the 2017-2021 master plan, the bureau expects average growth of 10 per cent in international trade visitors and 14 per cent in revenue. The 3-year ART programme (2015-2017) is expected to increase trade visitors from ASEAN countries by 30 per cent a year.



หนุนไมซ์ขับเคลื่อนเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ที่ เล็บ ผนึกกำลังร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจังหวัด ตราด รวมถึงสมาคม สภาพันธกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย จัดงานสัมมนาเชิง ปฏิบัติการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ เมื่อปลายเดือนมีนาคมที่ผ่านมา เพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ให้เป็นตัวเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรกับจังหวัดโดยรอบ และ กลุ่มประเทศ CLMV พร้อมกระตุ้นผู้ประกอบการในพื้นที่ปรับตัวเพื่อรองรับการ ประชุมและสัมมนาในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ประธานกรรมการ ที่เล็บ กล่าวในพิธีเปิดงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ SEZ (Thailand MICE Seminar on SEZ (TMSS) ณ บ้านปู รีสอร์ท จังหวัดตราด ว่า การจัดสัมมนานี้มีเป้าหมายเพื่อผลักดันให้เกิดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่ และใช้ธุรกิจ ไมซ์เป็นตัวเชื่อมโยงเขตเศรษฐกิจพิเศษกับจังหวัดโดยรอบ ได้แก่ จันทบุรี ระยอง ชลบุรี ก่อให้เกิด การรวมกลุ่มในลักษณะกลุ่มจังหวัด หรือ คลัสเตอร์ และสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐของไทยกับของประเทศกัมพูชาและเวียดนามบางส่วน เชื่อมโยงความรู้ การผลิต การค้าการลงทุน แรงงาน ทรัพยากร และกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของประชาชนเพื่อน บ้านในลักษณะการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล งานแสดงสินค้า อันเป็นการสร้างรายได้ ในลักษณะห่วงโซ่มูลค่าให้แก่ท้องถิ่นของประเทศไทยโดยตรง

นอกจากนี้ ยังเป็นการปูพื้นฐานให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ให้สามารถปรับตัวรองรับ กิจกรรมไมซ์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษรวมถึงจังหวัดโดยรอบ และลูกค้าจากกลุ่ม CLMV

สำหรับการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ มีกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกว่า 300 คน ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจากจังหวัดตราด สระแก้ว ระยอง จันทบุรี ชลบุรี กัมพูชา และ เวียดนาม ตลอดจนสื่อมวลชน โดยนายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ประธานกรรมการ ที่เล็บ และอาจารย์ เกษมสันต์ วีระกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ร่วมเสวนาในหัวข้อ เขตเศรษฐกิจ พิเศษ กับการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ หลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

นอกจากการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ที่เล็บ ได้จัดกิจกรรมทัศนศึกษาดูงานในพื้นที่จังหวัด ตราดและระยอง อาทิ ทัศนศึกษาดูงาน การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตัวอย่างบ้านน้ำ เชี่ยว อ. แหลมทอง จ. ตราด ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีชีวิตวัฒนธรรม และทัศนศึกษา ดูงาน ณ นิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง เป็นต้น

ทั้งนี้ ที่เล็บมีเป้าหมายจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการใน 10 พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในปีงบประมาณ 2559 ประกอบด้วย หอนกคาย นราธิวาส เชียงราย นครพนม กาญจนบุรี ตาก มุกดาหาร สระแก้ว สงขลา และตราด นับเป็นการช่วยกระตุ้นธุรกิจไมซ์ทั้งในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ต่อเนื่องไปยัง ประเทศใกล้เคียง สร้างองค์ความรู้ด้านไมซ์ ขยายการเติบโตของเศรษฐกิจหลังการเปิดประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะทำให้ไทยก้าวไปสู่ศูนย์กลางไมซ์ระดับอาเซียน

ที่เล็บพร้อมให้การสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือ สมาพันธ์ต่างๆ ที่จัด กิจกรรมไมซ์ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยขอให้ผู้เข้าร่วมงานประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยวบริการ /ข้าราชการ/ผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศ CLMV ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของ จำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด และเป็นกิจกรรมไมซ์ที่ก่อให้เกิดความร่วมมือเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด และกลุ่มประเทศ CLMV ตามนโยบายภาครัฐ เพื่อสร้างการรับรู้และพัฒนาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ใน พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งทางตรงและทางอ้อม

“ผมเชื่อมั่นว่า โครงการดังกล่าวจะช่วยผลักดันให้เป้าหมายในปีงบประมาณ 2559 ที่ที่เล็บได้ ตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในประเทศและรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5-10 จากปีงบประมาณ ที่ผ่านมา หรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในประเทศ 24,800,000 คน สร้างรายได้จำนวน 49,700 ล้านบาทได้อย่างแน่นอน” นายวีระศักดิ์ กล่าว

จัดทำตารางนำเสนอกิจกรรรม CLMV SEZ ในปี 2559 ประกอบด้วย

ลำดับที่	กิจกรรม	วันเวลา	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน
1	งานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ		
	ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ จ.ตราด	เมษายน 2559	200
2	งานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ		
	ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ จ.นครพนม	มิถุนายน 2559	150
3	งานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ		
	ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ จ.กาญจนบุรี	สิงหาคม 2559	150
4	งาน Road Show ณ กรุงเทพมหานคร กัมพูชา	เมษายน 2559	100
5	งาน Road Show ณ กรุงโฮจิมินห์ เวียดนาม	กรกฎาคม 2559	100
6	งาน Road Show ณ นครเวียงจันทน์ สปป.ลาว	สิงหาคม 2559	100



MICE TARGETED TO CATALYSE SPECIAL ECONOMIC ZONES

TCEB joined with public and private organisations in Trat Province as well as the Thai Federation of Provincial Tourist Association (TFOPTA) to organise the first Thailand MICE Seminar on SEZ. Held in late March 2016, the seminar was designed to promote MICE business as an effective way of connecting the SEZ with strategic partners in the surrounding provinces and in the CLMV member countries (Cambodia, Lao, Myanmar and Vietnam). The event also aimed to build awareness in local entrepreneurs and help them prepare for a growing number of meetings and seminars in the special economic zones.

Speaking at the opening ceremony of the seminar at Banpu Resort in Trat Province, Mr. Weerasak Kowsurat, TCEB Chairman of the Board, explained that the seminar aimed to boost MICE events in the area and use MICE business to bridge this SEZ with the surrounding provinces of Chanthaburi, Rayong and Chon Buri. This would form a cluster and establish a strong strategic network among local entrepreneurs and public organisations of Thailand, Cambodia and part of Vietnam. The cluster would enable partners to share knowledge, production, trade and investment, workers and resources.

The seminar also aimed to stimulate travellers from neighbouring countries to take part in meetings, incentive travel and exhibitions, thus directly generating income through the value chain to local Thai communities.

In addition, the seminar was expected to provide basic knowledge for local entrepreneurs to prepare themselves for MICE events in the SEZ and to host MICE travellers from CLMV.

The seminar attracted more than 300 participants from public and private organisations in Trat, Sa Kaeo, Rayong, Chon Buri, Cambodia and Vietnam as well as the media.

Mr. Weerasak Kowsurat and Dr. Kasemsant Weerakun, an expert on the ASEAN Economic Community, joined a panel discussion on the topic SEZ and MICE development after the AEC.

In parallel, the bureau arranged study tours to Trat and Rayong to learn about the best management practices of community-based tourism in Ban Nam Chiao, Laem Ngop District, Trat, which boasts several cultural attractions, and an industrial estate in Rayong.

In the 2016 fiscal year, the bureau plans to hold seminars in all 10 SEZs, namely Nong Khai, Narathiwat, Chiang Rai, Nakhon Phanom, Kanchanaburi, Tak, Mukdahan, Sa Kaeo, Songkhla and Trat. The seminars are expected to stimulate MICE business in the SEZs and neighbouring countries. Moreover, the events will enhance knowledge about MICE and help expand local economies now that the AEC has come into effect, leading to Thailand becoming a true MICE centre of ASEAN.

The TCEB is ready to support the public and private organisations and federations in setting up MICE events in the SEZs. At least 10 per cent of all delegates attending each meeting must comprise tourism and service entrepreneurs, government officials and entrepreneurs in CMLV. The MICE events must also create collaboration between the provinces and CLMV in line with the government's policy so as to promote awareness and develop the MICE industry in the SEZs, both directly and indirectly.

"I'm confident that the Thailand MICE Seminar on SEZ project will help drive TCEB's target of 5-10 per cent growth in the 2016 fiscal year. The bureau expects 24,800,000 domestic MICE travellers, generating Bt49.7 billion in revenue," Mr. Weerasak said.

In 2016, TCEB has planned to organise seminars on SEZ as follow:

Event	Date	Number of delegates
Thailand MICE Seminar on SEZ in Trat	April	200
Thailand MICE Seminar on SEZ in Nakhon Phanom	June	150
Thailand MICE Seminar on SEZ in Kanchanaburi	August	150
Road show in Phnom Penh, Cambodia	April	100
Road show in Ho Chi Minh City, Vietnam	July	100
Road show in Vientiane, Lao	August	100



เปิดแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ หนุนรัฐเร่งผลิตกำลังคนอาชีวศึกษา

ทีเลียบ วาญยุทธศาสตร์เชิงรุกพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ปี 2559-2560 ผ่าน 5 โครงการหลัก เร่งพัฒนาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลปี 2559 - 2561 เดินหน้าโครงการเชื่อมโยงบัณฑิตสู่สายอาชีพไมซ์ คาดผลิตบัณฑิตไมซ์ 20,000 คนในอีก 5 ปีข้างหน้า ผลักดันไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการศึกษาด้านไมซ์แห่งอาเซียน

นายพรรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเลียบ เปิดเผยว่า ปัจจุบันขาดแคลนกำลังคนอาชีวศึกษาจำนวนมากในภาคอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะด้านไมซ์ ดังนั้น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการจึงได้แต่งตั้ง ทีเลียบ เป็นประธานคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน เพื่อเร่งรัดการพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาเข้าสู่สายอาชีพไมซ์

ตามกรอบการดำเนินโครงการพัฒนาคณาอาชีวศึกษา (Vocational School Development Project) คณะอนุกรรมการฯ จะวิเคราะห์ความต้องการกำลังคนในกลุ่มอาชีพทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ข้อมูลการผลิตกำลังคนในกลุ่มอาชีพ กำหนดสมรรถนะอาชีพตามความต้องการของสถานประกอบการ (กำหนดมาตรฐานอาชีพ) พัฒนาระบบวัดและประเมินผลการเรียนการสอน การทดสอบมาตรฐานวิชาชีพ ตลอดจนการพัฒนาเส้นทางอาชีพ

ปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาทั่ว 87 แห่ง โดยเป็นสถาบันอาชีวศึกษา 30 แห่งทั่วประเทศได้นำหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากล หรือ MICE 101 ไปบรรจุในการเรียนการสอน ทั้งนี้ ทีเลียบประมาณการว่า จะสามารถผลิตบัณฑิตด้านไมซ์ได้สถาบันละ 50-60 รายต่อปี หรือประมาณปีละ 4,000 คน โดยอีก 5 ปีข้างหน้า สถาบันการศึกษาจะสามารถผลิตบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาด้านไมซ์จำนวนกว่า 20,000 คน ป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมแบบมืออาชีพ

ในปีงบประมาณ 2559 ทีเลียบดำเนินการพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ใน 5 โครงการหลัก ได้แก่



- 1 โครงการพัฒนาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลสำหรับสถาบันการศึกษาในประเทศไทย 2559-2561
- 2 โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ (Coach the Coaches Programme)
- 3 โครงการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนการศึกษาไมซ์ในต่างประเทศ (Academic Exchange Programme)
- 4 โครงการพัฒนาเครือข่ายด้านการศึกษาไมซ์ (MICE Academic Cluster) และ
- 5 โครงการเชื่อมโยงบัณฑิตสู่สายอาชีพไมซ์ (MICE Academy & Career Day)

“การทำงานด้านศักยภาพบุคลากรไมซ์ปี 2559-2560 ที่เส็บ ยังคงมุ่งเน้นพัฒนาทางการศึกษา เพื่อจัดวางให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาด้านไมซ์แห่งอาเซียนด้วย 3 กิจกรรมสำคัญคือ เร่งพัฒนาความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ให้กับคณาจารย์ทั่วประเทศ ผ่านโครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ เร่งพัฒนาผู้นำไมซ์รุ่นใหม่สู่สายอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมืออาชีพ ผ่านโครงการเชื่อมโยงบัณฑิตสู่สายอาชีพไมซ์ รวมทั้งขยายเครือข่ายภาคการศึกษากับพันธมิตรในต่างประเทศ ผ่านโครงการ เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนการศึกษาไมซ์ในต่างประเทศ” นายณพรรัตน์กล่าวเสริม

ด้านโครงการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลสำหรับสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย หรือ MICE 101 ที่เส็บ จัดตั้งคณะกรรมการโครงการพัฒนาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลปี 2559 - 2561 รวมทั้งผลักดันโครงการยกย่องมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาไมซ์และสาขาวิชาอื่น

โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ (Coach the Coaches Programme) เพื่อพัฒนาศักยภาพอาจารย์ผู้สอนหลักสูตรไมซ์ทั้งในภาคทฤษฎีและปฏิบัติเชิงลึก โดยที่เส็บ ได้จัดฝึกอบรมไปแล้วจำนวนทั้งสิ้น 553 คน จาก 282 องค์กร และคาดว่า ปีนี้จะมีผู้สำเร็จหลักสูตรกว่า 150 ท่าน จาก 50 องค์กร

โครงการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนการศึกษาไมซ์ในต่างประเทศ (Academic Exchange Programme)

เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สอน นักศึกษา และนักวิจัยของสถาบันการศึกษา ได้มีโอกาสเปิดมุมมองใหม่ เกี่ยวอุตสาหกรรมไมซ์ โดยปีนี้ ที่เส็บวางแผนความร่วมมือในการพัฒนาทางการศึกษากับประเทศเยอรมนี และเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

ปัจจุบัน ที่เส็บมีหน่วยงานพันธมิตรด้านการศึกษาไมซ์จากต่างประเทศ อาทิ ออสเตรเลีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น เกาหลี เยอรมนี ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกา

โครงการพัฒนาเครือข่ายด้านการศึกษาไมซ์ (MICE Academic Cluster) ซึ่งเป็นศูนย์รวมผู้เชี่ยวชาญด้านองค์ความรู้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และร่วมพัฒนาบุคลากร เสริมสร้างความสัมพันธ์ และสร้างสรรค์กิจกรรม โดยปีนี้ ที่เส็บมีแผนพัฒนา MICE Academic Cluster Center เพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการทั้งระดับชาติและระดับสากล โดยจะศึกษาแนวทางการพัฒนา MICE Academic Cluster ในมหาวิทยาลัยเครือข่ายก่อนเบื้องต้น

ในขณะที่โครงการเชื่อมโยงบัณฑิตสู่สายอาชีพไมซ์ (MICE Academy & Career Day) ครั้งที่ 2 จัดขึ้นเมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยที่เส็บ ร่วมกับสมาคมการค้า (ไทย) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน และพันธมิตรภาคการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการไมซ์มาตรฐานสากล ดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมการผลิตบุคลากรไมซ์รุ่นใหม่สู่ตลาดแรงงานในสายอาชีพ โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษา และผู้ที่สนใจสมัครเข้าทำงาน กว่า 170 ตำแหน่ง หรือฝึกงานในสายอาชีพไมซ์จากผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ชั้นนำของประเทศไทย ตลอดจนกิจกรรมที่น่าสนใจหลากหลาย ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้นกว่า 1,500 คน

นอกจากนี้ ที่เส็บ ได้จัดงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ ครั้งที่ 6 (Coach the Coaches Programme) เพื่อพัฒนาศักยภาพคณาจารย์ผู้สอนหลักสูตรไมซ์ ซึ่งมีคณาจารย์เข้าร่วมโครงการกว่า 155 ท่านจาก 71 สถาบันทั่วประเทศ



MICE CAPABILITIES DEVELOPMENT PLAN UNVEILED UPHOLDING GOVERNMENT POLICY TO INCREASE VOCATIONAL MANPOWER

TCEB is introducing a proactive strategy for 2016-2017 that is designed to develop MICE personnel capabilities through 5 key projects. The bureau is also speeding up improvements to the MICE curriculum and its MICE Academy & Career Days with the aim of producing 20,000 MICE graduates over the next five years. The eventual goal is to become the hub for ASEAN MICE education.

TCEB President Mr. Nopparat Maythaveekulchai noted “the severe shortage in the vocational workforce for the service sector, and especially for the MICE industry. The Education Minister has therefore appointed TCEB to chair a subcommittee comprised of representatives of both public and private agencies to speed up the development of vocational manpower in the MICE sector.”

In line with the vocational school development project, the Subcommittee will analyse demand for manpower categories in terms of quantity and quality, information on manpower producers in each category, professional competence criteria based on workplace demand (professional standard requirements), development of a measurement and evaluation system for learners and teachers, professional standard tests, and development of career path.

To date 87 educational institutes, of which 30 are vocational in nature, have incorporated MICE 101 (introduction to the MICE industry) into their education system. The bureau expects that the institutes will be able to produce 50-60 MICE graduates a year or a total of about 4,000 graduates a year. Over the next five years, the institutes are expected to produce more than



20,000 MICE professionals for the industry.

The five projects to be carried out in the 2016 fiscal year to enhance MICE personnel capabilities are 1 the improvement of the MICE 101 project 2016-2018 2 the Coach the Coaches Programme 3 the Academic Exchange Programme 4 the MICE Academic Cluster; and 5 the MICE Academy & Career Day.

"In line with the plan, the bureau will retain its emphasis on educational development to enhance Thailand's status as a hub of MICE education in ASEAN through 3 main activities. The first is to speed up the development of lecturers nationwide in basic knowledge of the MICE industry via the Coach the Coaches programme. The second is to develop young MICE leaders for the industry via MICE Academy & Career Days. Finally, the bureau will expand the educational network with overseas strategic partners via the Academic Exchange Programme," Mr. Nopparat said.

He added that the TCEB has already established the MICE 101 Development Committee 2016-2018 and is pushing a plan to draft a bachelor degree-standard curriculum in the fields of MICE and business events.

The Coach and Coaches Programme is aimed at enhancing the capabilities of MICE instructors both through theory and in-depth practice. So far, the bureau has trained 553 instructors from 282 organisations and more than 150 people from 50 organisations are expected to complete the training this year.

The Academic Exchange Programme offers instructors, university students and researchers at educational institutes the opportunities to gain a

new perspective on the MICE industry. This year, the bureau has plans to enter into educational collaboration with Germany and Hong Kong.

TCEB currently has MICE education strategic partners in various countries including Australia, China, Japan, South Korea, Germany, Taiwan and United States.

The MICE Academic Cluster is a centre for MICE experts to exchange information and jointly develop personnel, build relationships and create activities. This year, the bureau will set up the MICE Academic Cluster Centre to support and facilitate the establishment of a MICE entrepreneurs' network at the national and international levels. Initially, the bureau will study guidelines to develop the centre through the participating universities.

TCEB also teamed up with the Thai Exhibition Association (TEA), the Thailand Incentive and Convention Association (TICA), the Business of Creative and Event Management Association (EMA), as well as educational partners in organising the 2nd MICE Academy & Career Day in March at the Queen Sirikit National Convention Centre.

The event aimed to encourage young people to take up a career in MICE. It provided job opportunities for students and interested people and invited them to apply for more than 170 positions available or become trainees with leading MICE operators nationwide. This year, the event attracted more than 1,500 participants.

Concurrently, the bureau organised the 6th Coach the Coaches Programme to improve the capabilities of MICE instructors. This was attended by 155 instructors from 71 educational institutes nationwide.



ทีเส็บนำทัพเอกชนร่วมงาน IT&CM China เสนอแพ็คเกจพิเศษสำหรับตลาดไมซ์จีน

ปีนี้ ทีเส็บ ยังมุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีนมากขึ้น เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางหลักและครองความเป็นผู้นำในตลาดไมซ์จีน ล่าสุด ทีเส็บ นำทีมผู้ประกอบการไมซ์ไทย 14 ราย ทั้งโรงแรม ศูนย์การประชุมและการจัดงานแสดงสินค้า ผู้จัดงาน และ บริษัทให้บริการจัดการ ณ จุดหมายปลายทาง หรือ DMC (Destination Management Company) เข้าร่วมงานเทรดโชว์ IT&CM 2016 ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ เมื่อต้นเดือนเมษายนที่ผ่านมา พร้อมนำเสนอ Thailand CONNECT Welcome Package เฟส 2 แพ็คเกจพิเศษเฉพาะสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากประเทศจีน

นางสาวปาริฉัตร เศรษฐศิริ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร ทีเส็บ กล่าวว่า แพ็คเกจพิเศษซึ่งเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงธันวาคม 2559 จัดทำขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ถึงศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในการเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลก พร้อมทั้งส่งเสริมประเทศไทยในฐานะเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน และจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับนักเดินทางไมซ์จีน ซึ่งเป็นตลาดใหญ่อันดับหนึ่งของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

นอกจากนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษแล้ว งานเทรดโชว์ IT&CM China ยังเป็นเวทีที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างความแข็งแกร่งของประเทศไทยจากการเป็นจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์ การบริการมาตรฐานโลก และโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลายสำหรับตลาดไมซ์จีน ซึ่งจากการร่วมงานดังกล่าว ประเทศไทยได้รับการติดต่อจากผู้ประกอบการต่างชาติที่มีแนวโน้มจะมาจัดงานในประเทศไทยกว่า 89 งาน คาดการณ์ว่าเป็นนักเดินทางกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกว่า 21,450 คน

จากความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ซึ่งเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงธุรกิจภูมิภาคอาเซียน ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจประเทศ ซึ่งปีงบประมาณ 2558 (ตุลาคม 2557 - กันยายน 2558) ประเทศไทยดึงดูดนักเดินทางกลุ่มไมซ์เป็นจำนวน 1,095,995 คน สร้างรายได้เป็นมูลค่า 95,857 ล้านบาท โดยเป็นนักเดินทางไมซ์จากจีนจำนวน 109,987 คน

สร้างรายได้ 9,197.65 ล้านบาท

ทีเส็บ นำเสนอแพ็คเกจสุดพิเศษเฉพาะสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จีนด้วยสิ่งจำเป็นในการเชื่อมต่อธุรกิจในประเทศไทยภายใต้ 3 ปัจจัยพื้นฐานที่แข็งแกร่ง ได้แก่ จุดหมายปลายทาง โอกาสทางธุรกิจ และบุคลากรมืออาชีพ

ทีเส็บ จัดทำ Thailand CONNECT Welcome Package เพื่อเป็นข้อเสนอในการจูงใจผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ให้เข้ามาจัดงานและร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย เพิ่มจำนวนนักเดินทาง ตลอดจนเพิ่มรายจ่ายต่อหัวของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยภายในแพ็คเกจประกอบด้วย บัตรโดยสารรถไฟฟ้า BTS Connect SmartPass มูลค่าเริ่มต้นตั้งแต่ 100 บาท และแผนที่ไมซ์กรุงเทพฯ ซึ่งครอบคลุม 5 สถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ และสถานที่ท่องเที่ยวหลักของกรุงเทพมหานคร เช่น พื้นที่ย่านราชประสงค์ นอกจากนี้ยังมี บัตรอินเทอร์เน็ตไร้สาย True WiFi สำหรับใช้ไวไฟฟรีเป็นเวลา 7 วัน USB drive card และ Thailand CONNECT Welcome Package: Ratchaprasong District พร้อมคู่มือส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าชั้นนำย่านราชประสงค์

รวมทั้ง ได้จัดทำบัตรคำภาษาไทยง่ายๆ ซึ่งจะช่วยให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์สามารถติดต่อสื่อสารกับคนไทยได้ด้วย

Thailand CONNECT Welcome Package เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การตลาด Thailand CONNECT, Our Heart...Your World เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในปีงบประมาณ 2559 ให้เติบโตร้อยละ 5 ตามเป้าหมาย ทั้งในด้านจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์และรายได้

นางสาวปาริฉัตร กล่าวอีกว่า นอกจากการเปิดตัวแพ็คเกจในงานเทรดโชว์แล้ว ทีเส็บ ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Thailand MICE Roadshow in China 2016 ณ เมืองเฉิงตู ระหว่างวันที่ 12 - 14 เมษายน 2559 เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างสองประเทศอีกด้วย



TCEB LEADS ENTREPRENEURS TO ATTEND IT&CM CHINA OFFERS SPECIAL PACKAGE FOR CHINESE MARKET

TCEB is continuing its efforts to penetrate the Chinese market and attract more target business travellers this year by reaffirming the country's position as a premier MICE destination and market leader. In this regard, the bureau led 14 Thai MICE entrepreneurs including hotels, convention and exhibition centres, organisers as well as DMC (Destination Management Companies) to Shanghai in April to attend IT&CM China 2016. The bureau also introduced the second phase of the Thailand CONNECT Welcome Package, which is exclusively designed for Chinese MICE travellers.

Ms. Parichat Svetasreni, Director of TCEB's Marketing and Corporate Image Department, explained that the special package, which runs from February to December 2016, had been created to promote awareness of Thailand's MICE capabilities in hosting world-class events. Moreover, the campaign also advocated Thailand as an economic hub of ASEAN and a premier destination for Chinese MICE travellers, now the largest market of Thailand's MICE industry.

In addition to introducing the special package, the IT&CM China trade show was an ideal platform for TCEB to promote Thailand's endless choice of business destinations, global service standards and diverse business opportunities to the Chinese MICE market. As a direct result of its participation in the event, Thailand made contact with international buyers with the potential to organise 89 business events in Thailand. The bureau expects that these events would attract more than 21,450 MICE travellers in the meeting and incentive groups.

Thanks to its geographical advantage as the centre connecting business in ASEAN, Thailand has played a major role in generating revenue for the country. In 2015 fiscal year (October 2014-September 2015), Thailand

attracted 1,095,995 MICE visitors, generating 95,857 million baht MICE revenue, China accounted for 109,987 MICE travellers, generating a total of 9,197.65 million baht MICE revenue.

The bureau offers a special package for Chinese MICE travellers that incorporates the essentials to connect businesses under the country's three fundamental MICE industry pillars: destination, business, and people.

The TCEB developed the Thailand CONNECT Welcome Package to attract organisers of events to Thailand and increase the number of MICE travellers as well as the average spending per head.

The package consists of the BTS Connect SmartPass with a start-up valued of Bt100 and a Bangkok MICE Map that covers the five major MICE venues and key attractions in Bangkok including the Ratchaprasong area.

The package also offers a TRUE WiFi Card for seven days of free WiFi use, USB Drive card and a Thailand CONNECT Welcome Package: Ratchaprasong District card together with a guidebook on the discounts offered by product and service providers in the Ratchaprasong district.

The bureau has also produced a card translating useful and simple Thai phrases to help international MICE travellers connect easily with the 'people' of Thailand.

The Thailand CONNECT Welcome Package 2016 is part of this year's TCEB brand communication strategy Thailand CONNECT, Our Heart...Your World, which aims to drive Thailand's MICE industry to achieve 5-per-cent growth in 2016 fiscal year in terms of MICE travellers and revenue.

In addition to launching the special package at the trade show, TCEB also organised the Thailand MICE Roadshow China 2016 in Chengdu city from April 12-14 with a view to strengthening business relationships between the two countries.



Collaboration among state agencies

TCEB organised a Familiarization Trip to Sukhothai Province from 23 to 25 March 2016 with the aim of enhancing knowledge about the MICE industry and integrating the operations of TCEB and its strategic partners in the public sector to promote and develop Thailand's MICE industry at both the national and provincial levels. The event was also expected to publicise the concept of a MICE destination based on sustainable development and promote Thainess in line with government policy.

เสริมสร้างความร่วมมือภาครัฐ

ที่เลิ็บจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐ ประจำปี 2559 เมื่อวันที่ 23-25 มีนาคม 2559 ณ จังหวัดสุโขทัย เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ และการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการระหว่าง ที่เลิ็บ และหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด รวมถึงเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานที่สำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ภายใต้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการส่งเสริมวัฒนธรรมและวิถีไทยตามนโยบายของรัฐบาล

Media relations strengthened

TCEB led by its Chairman of the Board, Mr. Weerasak Kowsurat, organised the Media Connection 2016 event on March 21, 2016 at The Royal Golf & Country Club, Lat Krabang. The activity was designed to strengthen the relationships between TCEB's management, strategic partners and the media. The event would also encourage awareness and understanding of TCEB's role, mission and operational direction as well as its MICE market promotion plan. Some 150 guests took part in the event.



สานสัมพันธ์สื่อมวลชน

ที่เลิ็บ นำโดย นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ประธานกรรมการบอร์ด จัดงาน สานสัมพันธ์สื่อมวลชน Media Connection 2016 เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2559 ณ โครงการเดอะ รอยัล กอล์ฟ แอนด์ คันทรี่ คลับ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหาร ที่เลิ็บ กับหน่วยงานพันธมิตรและสื่อมวลชนในประเทศ อีกทั้งสร้างการรับรู้ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ ทิศทางการดำเนินงานของที่เลิ็บ ตลอดจนแผนการส่งเสริมตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 150 คน