

# TCEB NEWSLETTER



THAILAND  
convention & exhibition bureau

www.tceb.or.th

Issue 19

May-June, 2011

PUBLISH ASIA 2011

  
Believe in  
THAILAND



## สสพ. สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ “Publish Asia 2011”

เสริมสร้างความเชื่อมั่นประเทศไทยผ่านเวทีสื่อมวลชนระดับโลก



TCEB FULLY SUPPORTS PUBLISH ASIA 2011  
FURTHER ENHANCING CONFIDENCE IN THAILAND  
THROUGH THE GLOBAL MEDIA PLATFORM



**4-7** TCEB FULLY SUPPORTS PUBLISH ASIA 2011 FURTHER ENHANCING CONFIDENCE IN THAILAND THROUGH THE GLOBAL MEDIA PLATFORM



**8-9** THAILAND AND TURKEY SUBMIT THEIR BIDS TO HOST THE WORLD EXPO 2020 MAKING A FIRST IMPRESSION AT THE BIE GENERAL ASSEMBLY



**10-13** TCEB LAUNCHES LUXURY MICE INITIATIVE TO CAPTURE THE HIGH-END EUROPEAN MARKETS FIVE FASCINATING DESTINATIONS PRESENTED TO SERVE THE GROWING NUMBER OF LUXURY TRAVELERS



**14-15** TCEB COLLABORATES WITH FOUR ECONOMIC MINISTRIES TO DRIVE FORWARD THE BETTER THE BEST CAMPAIGN SELECTING FIVE REGIONAL 'CHAMPION' SHOWS TO STIMULATE THE ECONOMY



**16-17** TCEB INITIATES ISO 22000 A FRESH MEASURE TO STRENGTHEN THAILAND'S MICE INDUSTRY ON THE INTERNATIONAL MARKET



**18-19** TCEB JOINS WITH TICA TO ACCELERATE RECOVERY OF THE MICE INDUSTRY IN KRABI ORGANIZES PIONEER VOLUNTEER ACTIVITIES, TOP-TABLE SALES, AND FAM TRIP



**20** THAILAND SIGNS MOU WITH RUSSIA TO EXPAND MICE MARKET



**THAILAND**  
convention & exhibition bureau

## TCEB Newsletter

**Public Relations Division**  
**Marketing Communication Department**

Senior Manager: **Parichat Svetasreni**

Managers: **Arisara Thanuplang,**  
**Sumet Kanchanapan**

Executive: **Atichit Akkarakittikul**

**Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)**

Siam Tower, 26<sup>th</sup> Floor, 989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok 10330

Tel: +66 2 694 6000

Fax: +66 2 658 1411

E-mail: [info@tceb.or.th](mailto:info@tceb.or.th),

[arisara\\_t@tceb.or.th](mailto:arisara_t@tceb.or.th)

Chief Operating Officer: **Aeumsree Boonhachairat**

Editor: **Patcharee Lueng-uthai**

E-mail: [patcharee@nationgroup.com](mailto:patcharee@nationgroup.com)

Contributors: **Suchat Sritama, Kwanchai Rungfapaisarn**

Copy Editor: **The Nation's sub-editors**

Art Director: **Pradit Phulsarikij**

Photos: **TCEB, Nation photographers**

Assistant Senior Vice President -

Supplement: **Ratchanee Kaewyai**

Tel: **(02) 338 3563**

E-mail: [ratchanee@nationgroup.com](mailto:ratchanee@nationgroup.com)

Publisher: **Nation Multimedia Group Plc on behalf of Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)**

1854 Bangna-Trat Rd, Bangna, Bangkok 10260 Thailand

Printed by: **Kyodo Nation Printing Co Ltd**

165/7 Moo 4, Bangna-Trat Rd Km 29.5,

Bang Bo, Samut Prakan 10560

Tel: **(02) 313 4412-4**



## สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีผู้อ่านวารสาร สสปน. ทุกท่านครับ

ในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา เราอาจเคยได้ยินเกี่ยวกับคำถามถึงจุดเปลี่ยนของประเทศไทยหลังการเลือกตั้งว่าจะเป็นอย่างไรร และข้อสงสัยถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามผมยังเชื่อมั่นครับว่า การเลือกตั้งถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประชาธิปไตย และแน่นอนว่า ประเทศไทยจะต้องมีการเมืองที่สร้างสรรค์ และยังมีประโยชน์แก่ประเทศของเราครับ

สสปน. เชื่อมมั่นครับว่า อุตสาหกรรมไมซ์ไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินกลยุทธ์การตลาดอย่างเข้มข้นเพื่อกระตุ้นตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสำเร็จจากการดำเนินโครงการ Believe in Thailand มั่นใจ เมืองไทยพร้อม ภายใต้แนวคิด “เมืองไทยสร้างแรงบันดาลใจเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ” ที่ สสปน. ได้ริเริ่มตั้งแต่ปีที่ผ่านมา

Publish Asia 2011 ถือเป็นหนึ่งในงานสำคัญ ๆ ที่ตอกย้ำถึงความเชื่อมั่นของนานาชาติในศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทย ที่ทำให้สมาคมหนังสือพิมพ์และองค์กรสื่อระหว่างประเทศ หรือ WAN-IFRA เลือกประเทศไทยเป็นสถานที่การจัดงานระหว่างวันที่ 27-29 เมษายน 2554 ที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการประชุมประจำปีครั้งสำคัญเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์และหนังสือพิมพ์ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก โดยมีผู้บริหารระดับสูงขององค์กรสื่อต่าง ๆ ตลอดจนสื่อมวลชนในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก เข้าร่วมงานกว่า 400 คน

สสปน. ยังปรับแผนกลยุทธ์การตลาดใหม่ LUXURY MICE ภายใต้โครงการ Believe in Thailand ตอบสนองความต้องการของลูกค้าไฮเอนด์ไฮโซระดับไฮเอนด์ที่มุ่งเน้นการประชุมที่มีขนาดเล็กลง แต่สรรหาความหรูหราและความพิเศษเป็นเอกลักษณ์เฉพาะมากขึ้น โดยเปิดตัวครั้งแรกในตลาดยุโรปกับงานโรดโชว์ที่ กรุงบรัสเซลส์ ประเทศเบลเยียม กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ รวมทั้งงานเทรดโชว์ IMEX ที่เมืองแฟรงเฟิร์ต ประเทศเยอรมัน โดยปีนี้ สสปน. ตั้งเป้าตลาดยุโรปเติบโตร้อยละ 26

ในขณะเดียวกัน สสปน. สนับสนุนโครงการ Better the Best ปีที่ 2 โดยเร่งประสานความร่วมมือกับ 4 กระทรวงเศรษฐกิจ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการจัดงานแสดงสินค้าใน 5 อุตสาหกรรมหลักซึ่งได้บรรจุเข้าเป็นวาระแห่งชาติ โดยปีนี้มีทั้งสิ้น 5 งานที่ได้รับเลือกเป็นงานระดับแชมเปียน ได้แก่ งานวีฟ เอเชีย (VIV Asia) งานบิ๊กแอนด์บีไอเอช (BIG & BIH) งานรีนิวเอเบิล เอ็นเนอร์ยี เอเชีย (Renewable Energy Asia) งานโปรแพค เอเชีย (Propak Asia) และงานเมทัลลิกซ์ (METALEX)

นอกจากนี้ สสปน. ยังได้เปิดตัวโครงการมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (ISO 22000) เป็นแห่งแรกในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งถือเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และโอกาสในการดึงดูดการประชุมขนาดใหญ่เข้ามาจัดในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากความปลอดภัยในด้านอาหาร กำลังกลายเป็นปัจจัยสำคัญอันใหม่ที่ผู้จัดการประชุมหรือการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่จากทั่วโลก กำลังนำมาเป็นตัวพิจารณาเลือกสถานที่จัดงาน โดยเฉพาะประเทศแถบยุโรปและอเมริกา

สำหรับความคืบหน้าของโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมเวิร์ลด์เอ็กซ์โป 2020 นั้น สสปน. ได้รับเชิญจากสำนักงานมหกรรมโลก กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เข้าร่วมประชุมสมัชชาใหญ่ครั้งที่ 149 (General Assembly) เพื่อนำเสนอความพร้อมของประเทศไทยในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานเวิร์ลด์เอ็กซ์โป 2020 ต่อประเทศสมาชิก 157 ประเทศทั่วโลกคู่กับประเทศคู่แข่ง ตุรกี เวทีนี้จึงเป็นเวทีเพื่อการสร้างความประทับใจต่อประเทศสมาชิก ซึ่งเราก็ได้รับกำลังใจและเสียงตอบรับที่ดีมาก โดยครั้งต่อไปประเทศไทยจะมีการนำเสนอประเทศอีกครั้งในการประชุมสมัชชาใหญ่ครั้งที่ 150 ในเดือนพฤศจิกายนนี้ ซึ่งจะนำรายละเอียดมาฝากท่านผู้อ่านอีกครั้งครับ

นายอรรถพล สรสุชาติ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

## MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

Over the past few months, we may have heard questions about how Thailand will fare after the general election and doubts as to the state of the economy and business environment. I am confident, however, that the coming political chapter will see creative politics and will be beneficial to our country. Elections are part of the democratic process and, of course, Thailand is a democratic country.

TCEB remains confident that Thailand's MICE industry is growing. This is partly due to TCEB's aggressive marketing strategy that aims to stimulate both the domestic and inbound MICE markets, and especially the success of the “Believe in Thailand: Thailand provides inspiration for your business success” campaign, which was initiated last year.

Publish Asia 2011 was one of major events that served to convey a signal of confidence in Thailand's potential and readiness, which made the World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) choose Thailand as the venue. Publish Asia 2011, which was held in Bangkok from April 27-29, is the most important annual meeting of the Asia-Pacific media industry and saw the participation of more than 400 executives, editors, and reporters.

TCEB has also revised its 2011 marketing plan with the launch of the Luxury MICE initiative under the Believe in Thailand campaign. The Luxury MICE strategy has been designed to respond to changing global trends in high-end travelers' behavior, which requires smaller meetings but in more luxurious and unique formats. The Bureau launched the Luxury MICE campaign on the European market by organizing road shows in Brussels, Belgium, and London in the UK, as well as IMEX 2011 in Frankfurt, Germany. As a result, the Bureau expects that the European MICE market will grow by 26 per cent this year.

Meanwhile, TCEB is continuing with the second year of its “Better the Best” campaign, collaborating with four economic ministries to stimulate the exhibition industry and boost the economy through five key international trade shows, all of them on the national agenda. This year, the five selected regional champion shows are VIV Asia, BIG & BIH, Renewable Energy Asia, Propak Asia, and METALEX. Furthermore, TCEB has initiated food safety standard ISO 22000, the first country in ASEAN to do so. It is one of TCEB's core missions to enhance the competitiveness of Thailand's MICE industry, thus expanding the opportunities for the country to host more large-scale events. The food safety standard is becoming a new factor for organizers worldwide in choosing event venues, especially those in Europe and America.

With regards to the progress made in the bid to host the World Expo 2020, Thailand was invited by the International Exhibitions Bureau (BIE) in Paris, France, to attend the 149th General Assembly to give a short presentation on Ayutthaya's bid. The Bureau made a presentation on Thailand's readiness to host the World Expo 2020 to the 157 BIE member countries, along with Turkey, who have also submitted a bid to host the World Expo 2020. This was an important stage to give the member countries the first impression of the two competing bids. Thailand's presentation received a positive response. Thailand will have another opportunity to give a more in-depth presentation on our bid at the 150th General Assembly in November.

Akapol Sorasuchart

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau



สสพ. ประสบความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์ Believe in Thailand สนับสนุนการประชุมนานาชาติ “Publish Asia 2011” ซึ่งจัดโดยสมาคมหนังสือพิมพ์และองค์กรสื่อระหว่างประเทศ หรือ WAN-IFRA ระหว่างวันที่ 27-29 เมษายน 2554 ที่กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้บริหารระดับสูงขององค์กรสื่อต่างๆ ตลอดจนสื่อมวลชนในภูมิภาคเอเชีย เข้าร่วมงานกว่า 400 คน ซึ่งถือเป็นหนึ่งในการประชุมครั้งสำคัญที่จะตอกย้ำความเชื่อมั่นในเสถียรภาพของประเทศไทยต่อสายตาชาวโลก และเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการประมูลสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมเว็ลด์เอ็กซ์โป 2020



Publish Asia 2011” เป็นการประชุมครั้งสำคัญเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์และหนังสือพิมพ์ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ประกอบด้วย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บรรณาธิการอำนวยการ บรรณาธิการ ผู้บริหารระดับสูง โดยมีวิทยากรจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียเหนือ เอเชียใต้ ยุโรป และอเมริกา ซึ่งปีนี้จัดขึ้นเป็นปีที่ 11 ภายใต้หัวข้อ “Driving future-proof media growth”

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสพ. กล่าวว่า การสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ “Publish Asia 2011” เป็นหนึ่งในเป้าหมายการดำเนินการที่สำคัญภายใต้โครงการ “Believe in Thailand” ซึ่ง สสพ. ได้ริเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปีที่แล้ว โดยการประชุมดังกล่าวเป็นการประชุมประจำปีครั้งสำคัญมาก เพราะมีผู้บริหารองค์กรสื่อต่างๆ และผู้สื่อข่าวในเอเชีย-แปซิฟิก มาพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลและหารือถึงแนวโน้มด้านสื่อมวลชน ดังนั้น สสพ. จึงถือเป็นโอกาสดีในการดำเนินโครงการ “Believe in Thailand” เพื่อตอกย้ำความเชื่อมั่น และศักยภาพของประเทศไทยในอุตสาหกรรมไมซ์ไปสู่สายตาสื่อมวลชนระดับนานาชาติ

“การที่ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นสถานที่จัดประชุม Publish Asia 2011

ณ โรงแรม แชนกรีล่า กรุงเทพฯ เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จจากการดำเนินกลยุทธ์ภายใต้โครงการ Believe in Thailand ซึ่งมุ่งเน้นความสำคัญของประเทศไทยที่เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความพร้อมของประเทศไทยสำหรับธุรกิจไมซ์ ทั้งความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ และสถานที่จัดการประชุมซึ่งได้มาตรฐานระดับโลก 2) ความหลากหลายของสถานที่จัดการประชุมที่ตั้งอยู่ตามหัวเมืองใหญ่ซึ่งพร้อมสรรพด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ชะอำ รวมถึงอีก 4 สถานที่สำคัญได้แก่ เขาใหญ่, หาดใหญ่, สมุย, กาญจนบุรี และประการสุดท้ายคือ 3) โอกาสทางธุรกิจมากมาย ที่จะเป็นการต่อยอดนำไปสู่การค้าและการลงทุน รวมถึงการสร้างรายได้ให้กับภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ

นายอรรถพล กล่าวต่อว่า การสนับสนุนของ สสพ. ประกอบด้วยกิจกรรมหลักๆ ได้แก่ กิจกรรมกอล์ฟของผู้บริหารระดับซีอีโอ, งานมอบรางวัลและกล่าว ดินเนอร์ โดยสถานที่จัดงานเป็นโรงแรมแชนกรีล่า ซึ่งเชื่อว่า งานในครั้งนี้จะช่วยประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านสื่อมวลชนนานาชาติ รวมถึงการยืนยันความพร้อมของประเทศไทยในการจัดงานใหญ่ระดับโลก ได้แก่ การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานเว็ลด์เอ็กซ์โป 2020 ในปลายปีนี้

นายพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์ สมาชิกบริหาร และประธานคณะกรรมการ สมาคมหนังสือพิมพ์และองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ระหว่างประเทศ ปรังกะภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หรือ

TCEB successfully underlined its Believe in Thailand campaign in its support for Publish Asia 2011, which was organized by the World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) in Bangkok from April 27-29, 2011.



**M**ore than 400 of the top management from various media and reporters from all over Asia participated in the conference, a major event that will send a signal of confidence in Thailand's stability to the world. This will also be a crucial factor in Thailand's bid to host the World Expo 2020.

Publish Asia 2011 is the Asia-Pacific media industry's most significant event and is held annually. Chief Executive Officers, Chief

Operating Officers, Editors-in-Chief, editors and executives gathered for the conference, with this year's guest speakers coming from Southeast Asia, North Asia, South Asia, Europe and United States. It was the 11th edition of the conference and was held under the theme "Driving future-proof media growth".

Akapol Sorasuchart, the President of the Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB), said that supporting Publish Asia 2011 was one of the targets under the Believe in Thailand campaign when it was launched last year. This is a major conference where management and journalists from Asia-Pacific gather to exchange information and discuss media industry trends. The Bureau therefore seized this great opportunity to emphasize international confidence in Thailand and Thailand's potential in the MICE industry.

"Thailand being chosen to host the Publish Asia 2011 at the Shangri-la Hotel Bangkok is a reflection of the success of Believe in Thailand. This campaign aims to show the world that Thailand is a destination of choice for the MICE industry because:

1) Thailand has the readiness for MICE business in terms of both professional services and world-class infrastructure; 2) The country can offer a variety of meeting destinations, both in big cities such as Bangkok, Chiang Mai, Phuket, Pattaya and Cha-Am, and in four other locations, Khao Yai, Hat Yai, Samui and Kanchanaburi; and 3) There are countless business opportunities from Thailand's own market and from the growing ASEAN market that can lead to trading, investment and revenue generation for industries," said Akapol.

Akapol added that TCEB's support for Publish Asia 2011 included Asian Media Golf and the Asia Media Awards Gala Dinner, which took place at Shangri La Hotel. The Bureau believes that this event will help promote Thailand's MICE industry via the international media as well as assure Thailand's readiness to host world-class events like the World Expo 2020, which is currently at the bid submission stage.

Pichai Chuensuksawadi, Chairman of WAN-IFRA Asia Pacific Committee, said that the Publish Asia was first held as Newspaper Asia in Singapore in 2001. The name was changed to Publish Asia for the second edition in 2002, which took place in Bangkok. Bangkok was chosen to host the annual event again in 2005. Other ASEAN countries including Singapore, Malaysia and the Philippines have also hosted this conference.

WAN-IFRA Asia Pacific กล่าวว่า การประชุมนี้จัดขึ้นครั้งแรก ณ ประเทศสิงคโปร์ ในชื่อการประชุม Newspaper Asia ในปี พ.ศ. 2544 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น Publish Asia ในการจัดงานครั้งที่ 2 ซึ่งจัดที่กรุงเทพมหานคร และกรุงเทพมหานครได้รับเลือกเป็นเจ้าภาพอีกครั้งในปี พ.ศ. 2548 โดยที่ผ่านมา ประเทศในทวีปเอเชียที่เคยจัดงานนี้ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งเดิมคณะกรรมการได้เลือกประเทศไทยให้เป็นเจ้าภาพจัดงานนี้ตั้งแต่ปี 2552 ในงานประชุม Publish Asia 2009 แต่ด้วยเหตุการณ์ความไม่สงบในตอนนั้นส่งผลให้ต้องเลื่อนแผนการจัดการประชุมในประเทศไทยออกไป โดยงานประชุม Publish Asia 2009 จัดขึ้น ณ เมืองเซินไน ประเทศอินเดีย และล่าสุด Publish Asia 2010 จัดขึ้น ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

ทั้งนี้ การเจรจา ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ในปีที่ผ่านมาเป็นไปด้วยดี ท่ามกลางสถานการณ์ความไม่มั่นคงของประเทศไทยในเดือนพฤษภาคมเมื่อปีที่แล้ว จึงทำให้ประเทศมาเลเซียตัดสินใจที่จะพยายามเสนอตัวจัดการประชุม “Publish Asia 2011” อีกครั้ง ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์สำคัญของอินโดนีเซียต่างก็ต้องการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนี้เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม ในปีนี้ประเทศไทยประสบความสำเร็จและได้รับความเชื่อมั่นให้จัดงาน “Publish Asia 2011” จากความพยายามกว่า 2 ปีที่ผ่านมา ด้วยการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ทั้งบริษัท การบินไทย จำกัด มหาชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสปน. ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสได้จัดงานนี้

“การประชุมนานาชาติ “Public Asia 2011” ประกอบด้วยการประชุมสุดยอดด้านการข่าว (Newsroom Summit) เพื่อร่วมกันค้นหาแนวคิดก้าวหน้าด้านการสื่อสาร, การพัฒนาด้านการผลิตและเทคโนโลยีในการประชุมสุดยอดด้านการพิมพ์ (Printing Summit) พร้อมกันนี้ยังได้เพิ่มหัวข้อใหม่ คือ การประชุมสุดยอดด้านโฆษณา (Advertising Summit) โดยมีประเด็นสำคัญ คือ โอกาสในการผสมผสานการใช้สื่อต่างๆ เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ ยังจัดให้มีการมอบรางวัล Asia Media Awards 2011 ในงานเลี้ยง

รับประทานอาหารเย็น Asia Media Awards Gala Dinner อีกด้วย” นายพิชาย กล่าว  
รางวัล WAN-IFRA Asia Media จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนมาตรฐานด้านต่างๆ ของสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในกลุ่มหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยครอบคลุมทั้งด้านการออกแบบ, ด้านข้อมูลกราฟิก, ด้านการพิมพ์, ด้านบรรณาธิการและด้านภาพถ่าย

มร. กิลเลส เดมโตส ผู้อำนวยการด้านสื่อสิ่งพิมพ์และการจัดงาน ผู้แทนสมาคมฯ นักหนังสือพิมพ์ และผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ระดับโลกประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กล่าวว่า การตัดสินใจจัดงานที่ กรุงเทพฯ เนื่องจากอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยมีความโดดเด่น และมีสื่อสิ่งพิมพ์อยู่มากมายที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ในขณะเดียวกัน กรุงเทพฯยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นที่ดึงดูดสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจและการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความมีมิตรไมตรีจิตของคนไทย นอกจากนี้ ยังมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความคุ้มค่าของราคา ผนวกกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและความบันเทิงในด้านต่าง ๆ ทำให้มีผู้ตอบรับเข้าร่วมงานประชุมเป็นจำนวนมากที่น่าพอใจมาก

มร. กิลเลส กล่าวทั้งที่ยายว่า การประชุมนานาชาติประจำปี “Public Asia 2011” เป็นการแลกเปลี่ยนมุมมองครั้งสำคัญจากบุคคลในแวดวงสื่อมวลชน ซึ่งนอกจากองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชนของประเทศไทยจะได้เรียนรู้แง่มุมต่างๆ ด้านสื่อมวลชนในระดับนานาชาติ ยังเป็นการสร้างโอกาสในการขยายเครือข่ายระหว่างองค์กรสื่อ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยสู่สายตาต่างชาติ และยังเป็นที่ยืนยันความพร้อมและความเชื่อมั่นที่มีต่อประเทศไทยในฐานะเป้าหมายในการจัดงานประชุมนานาชาติของภูมิภาคเอเชียอีกด้วย

สมาคมหนังสือพิมพ์และองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ระหว่างประเทศ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส และเมืองดาร์มสตัดท์ ประเทศเยอรมนี โดยทำหน้าที่เป็นตัวแทนสื่อสิ่งพิมพ์กว่า 18,000 แห่ง, สื่อออนไลน์มากกว่า 15,000 เว็บไซต์, และองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์กว่า 3,000 บริษัทใน 12 ประเทศ สำหรับในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก สมาคมฯ มีสำนักงานสาขาในประเทศไทยสิงคโปร์ โดยให้บริการด้านการฝึกอบรม, การจัดกิจกรรม, ให้คำปรึกษา และจัดพิมพ์เอกสารเผยแพร่ให้กับสมาชิกที่อยู่ในภูมิภาค





Thailand was supposed to host Publish Asia 2009 but the event was moved to Chennai, India due to the political turmoil in the country at that time. Publish Asia 2010 was held in Kuala Lumpur, Malaysia.

In the midst of Thailand's political unrest in May last year, Malaysia again proposed to host the Publish Asia 2011, while key members of the Indonesian media were also keen to host the event. However, Thailand was successful in regaining the confidence of the conference organizers after two years of efforts to host Publish Asia 2011. The event was supported by all parties including Thai Airways International, Tourism Authority of Thailand, and in particular TCEB, which provided impetus for this success.

"Publish Asia 2011 featured three concurrent conferences: Newsroom summit to find the latest progress in the world of communication; Printing Summit to develop printing production and technology; and a new topic, Advertising Summit, which aimed to cover the latest trends that are currently transforming the relationship between media companies, advertisers and agencies.

"In addition, the Asia Media Awards 2011 presentation ceremony was held as part of the Asia Media Awards Gala Dinner," said Pichai.

The awards were established to promote the highest publishing standards in the fields of newspaper and magazine design, infographics, printing, editorial content and photojournalism.

Gilles Demptos, Director of Publications and Events of WAN-IFRA Asia Pacific, revealed that the association decided to choose Thailand as the host venue because Thailand is outstanding in the printing industry with many published titles and intense competition. Meanwhile, Bangkok is a preferred destination for leisure and business activities and the hospitality of the Thai people is well known. Moreover, Bangkok offers perfect facilities with value for money and a vast variety of tourist attractions and entertainment. For all these reasons, Publish Asia 2011 received a satisfactory number of delegates.

Demptos added that Publish Asia 2011 served as a platform for the crucial exchange of perspectives between prominent practitioners in the media and press fields. In addition to publishing companies and media in Thailand being able learn more about the global perspectives of journalism and worldwide practices and trends, the conference also provided a great opportunity to expand media networks, as well as to promote Thailand. In addition, the event bolstered international confidence in Thailand's readiness as a preferred destination for international events in Asia.

WAN-IFRA (World Association of Newspapers and News Publishers) is based in Paris, France, and Darmstadt, Germany. It represents more than 18,000 publications, 15,000 online sites and over 3,000 companies in more than 120 countries. The WAN-IFRA Asia Pacific office, based in Singapore, helps to bring services such as training, events, consulting and publications closer to members in the region.



## สสพ. ชูไทยประชันตุรกี

ประกาศชิงเจ้าภาพเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020

# ครั้งแรกในการประชุม สมัชชาใหญ่บีไออีต่อ 157 ประเทศสมาชิก ทั่วโลก

สสพ. ประกาศความพร้อมไทยชิง  
เจ้าภาพการจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป  
2020 ในการประชุมสมัชชาใหญ่ครั้งที่ 149  
(General Assembly) ของสำนักงานมหกรรมโลก  
ณ กรุงปารีส ฝรั่งเศส เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน ที่  
ผ่านมา ร่วมกับคู่แข่งประเทศตุรกี โดยมีประเทศ  
สมาชิกเข้าร่วมงาน 157 ประเทศทั่วโลก

**พ**ายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. ให้รายละเอียดว่า สสพ. ในฐานะหน่วยงานรัฐตัวแทนประเทศในการดำเนินโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ได้รับเชิญจากสำนักงานมหกรรมโลก กรุงปารีส ฝรั่งเศส ในฐานะหน่วยงานผู้ดูแลการจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป เพื่อเข้าร่วมประชุมสมัชชาใหญ่ครั้งที่ 149 (General Assembly) ของสำนักงานมหกรรมโลก ซึ่งเป็นการประชุมประจำปีของประเทศสมาชิกที่จัดขึ้นปีละสองครั้ง โดยการเข้าร่วมงานของประเทศไทยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความพร้อมของประเทศไทยในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ต่อประเทศสมาชิก 157 ประเทศทั่วโลก คู่กันกับประเทศคู่แข่ง คือ ตุรกี เพื่อให้เกิดความโปร่งใส และเท่าเทียมกัน เหนือสิ่งอื่นใดคือการสร้างความประทับใจแรกต่อเหล่าประเทศสมาชิก ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นคณะกรรมการตัดสิน ที่เสี่ยงโหวตทุกเสียงจากแต่ละประเทศ ล้วนมีค่าในการลงคะแนนให้กับประเทศเจ้าภาพจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โปต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ ในการเข้าร่วมประชุมสมัชชาใหญ่ครั้งที่ 149 (General Assembly) ของสำนักงานมหกรรมโลก มีคณะผู้แทนประเทศไทยที่เข้าร่วมการประชุม นำโดย คณะผู้แทนจาก สสพ. สถานเอกอัครราชทูตไทย และสำนักงานพาณิชย์ไทยในต่างประเทศ ณ กรุงปารีส เข้าร่วมงาน ในขณะที่ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศตุรกี นำโดยคณะผู้ว่าการรัฐ และนายกเทศมนตรี

นายอรรถพล สรสุชาติ กล่าวเพิ่มเติมหลังจากเข้าร่วมประชุมในฐานะผู้นำเสนอความพร้อมของประเทศไทยว่า “การเข้าร่วมงานในครั้งนี้ สสพ. ได้เสนอความพร้อมของประเทศไทยใน 5 ประเด็นหลักครอบคลุมทุกด้าน ได้แก่ “ความเป็นไทย” อันเป็นดินแดนแห่งรอยยิ้ม และมีตรีจิตที่เลื่องลือ ดินแดนแห่งอารยธรรม ประวัติศาสตร์ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นดินแดนที่ทุกคนใฝ่ฝันมาเยื่อน นอกจากนี้ ยังมีกรนำเสนอ “ความพร้อมของประเทศไทยในการจัดงาน” ทั้งด้านการเป็นศูนย์กลางธุรกิจ การคมนาคม แหล่งจ่ายใช้สอย ตลอดจนภูมิศาสตร์ในการ

เป็นศูนย์กลางเอเชีย และประตูอาเซียนที่พร้อมรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ค.ศ. 2015 ทั้งนี้ ประการสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยเสนอความพร้อมได้โดดเด่นกว่าประเทศคู่แข่ง คือการนำเสนอ “ประวัติศาสตร์ไทยกับการร่วมงานเวิลด์ เอ็กซ์โป” ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1867 กระทั่งก้าวสู่ปี ค.ศ. 1900 ในการจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป ณ กรุงปารีส ฝรั่งเศส กับการสร้างไทยแลนด์ พาวริลเลียน หรือศาลาไทย ได้หอไอเฟล ที่มีความงามวิจิตรอันเป็นเอกลักษณ์อย่างไทย และโดยเฉพาะการเป็นหนึ่งในสามประเทศแรกของเอเชียที่เข้าร่วมงานเวิลด์ เอ็กซ์โป ซึ่งมีประเทศจีน ญี่ปุ่น และไทย ที่สะท้อนให้เห็นว่าทั้งสองประเทศล้วนแล้วแต่ได้รับโอกาสให้จัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โปมาแล้วทั้งสิ้น ประกอบกับล่าสุดในการเข้าร่วมงานเวิลด์ เอ็กซ์โป ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ศาลาไทยได้รับความนิยมสูงสุด โดยในงานเดียวกันนั้น ประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่แสดงเจตนารมณ์ในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 โดยผู้นำรัฐบาลไทย นายกรัฐมนตรี นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

นอกจากนี้ ได้นำเสนอให้เห็นถึง “ความพร้อมของจังหวัดอยุธยาในการจัดงาน” ได้แก่ ความเป็นเมืองหลวงเก่า ความเป็นเมืองท่า เมืองการค้า ความสะดวกของเครือข่ายการคมนาคมทุกเส้นทาง ทั้งทางด่วน เส้นทางรถไฟ ขนส่งมวลชน และสนามบินนานาชาติถึง 2 แห่ง ที่พร้อมรองรับการคาดการณ์ผู้เข้าร่วมงานที่จะเข้าสู่ประเทศไทยกว่า 30 ล้านคนภายใน 6 เดือน และท้ายที่สุดการเชื่อมโยงเข้าสู่ “การนำเสนอแนวคิดการจัดงาน “นิยามใหม่ของโลกาภิวัตน์ - วิถีที่ยั่งยืน เพื่อโลกที่สมดุล (“Redefine Globalisation - Balance Life, Sustainable Living)” และเชิญชวนสมาชิกทั้ง 157 ประเทศทั่วโลกจับมือร่วมกันผลักดันให้เกิดการจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ณ อยุธยา ประเทศไทย เป็นการทั้งท้าย

นายอรรถพล กล่าวสรุปว่า “ประเทศไทยนับว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง ได้รับกำลังใจและเสียงตอบรับที่ดีมากหลังจากนำเสนอความพร้อมของประเทศไทยครั้งแรก ในการประชุมสมัชชาใหญ่ครั้งที่ 149 (General Assembly) ของสำนักงานมหกรรมโลก ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นเวทีการประชุมระดับโลกของการประชุมสมัชชา





ใหญ่ของสำนักงานมหกรรมโลก และในครั้งต่อไปนั้น ประเทศไทยจะมีโอกาสนำเสนอประเทศอีกครั้งในการประชุมสมัชชาใหญ่ครั้งที่ 150 ในเดือนพฤศจิกายนนี้ ซึ่งในระหว่างนี้จะมีการประสานความคืบหน้าการดำเนินโครงการส่วนต่างๆ กับสำนักงานมหกรรมโลกอย่างใกล้ชิด และทำงานร่วมกับกระทรวงต่างประเทศในการรณรงค์ขอเสียงสนับสนุนจากประเทศสมาชิก 157 ประเทศทั่วโลก ตลอดจนเดินหน้าโครงการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนทั่วประเทศในโครงการจัดประกวดตราสัญลักษณ์และมาสคอต การเตรียมจัดทำโรดโชว์ในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ และความพร้อมเปิดตัวโครงการเสนอตัวประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานเว็ลด์ เอ็กซ์โป 2020 อย่างเต็มรูปแบบต่อประชาชนในงานบีไอเอแฟร์ ที่จะจัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายนนี้ เป็นต้น”

การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานเว็ลด์ เอ็กซ์โป 2020 ของประเทศที่มีความสนใจ จะสิ้นสุดในวันที่ 2 พฤศจิกายนนี้ หลังจาก 6 เดือนที่ตุรกีเป็นประเทศแรกยื่นจดหมายเสนอตัวเป็นเจ้าภาพอย่างเป็นทางการไปเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคมที่ผ่านมา ซึ่งในท้ายที่สุดประเทศสมาชิกทั้งหมดจะทำการโหวตและประกาศผลประเทศที่เป็นเจ้าภาพในปีพ.ศ. 2556

# THAILAND AND TURKEY SUBMIT THEIR BIDS TO HOST THE WORLD EXPO 2020 MAKING A FIRST IMPRESSION AT THE BIE GENERAL ASSEMBLY

The Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) announced Thailand's readiness to host the World Expo 2020 at the 149th General Assembly of the Bureau of International Expositions (BIE) along with its competitor, the Republic of Turkey. The two countries are currently the only two official candidates for the World Expo in 2020. The General Assembly was held in Paris, France, on June 14, 2011 with the required quorum of the 157 member countries present.

**A**kapol Sorasuchart, TCEB's President, said that TCEB, in its position as the Secretariat of Thailand's bidding committee and as the state agency mandated with the preparation for the bidding for the World Expo 2020, was invited by the BIE to attend the BIE's 149th General Assembly on behalf of Thailand. This meeting of the member countries of the BIE is held twice a year. Thailand participated in this event to present the country's readiness to host the World Expo 2020 to the 157 BIE member countries. The BIE allowed candidates, Thailand and Turkey, to both give presentations to allow for transparency and equality. This was an important stage to give the member countries the first impression of the two competing bids. These member countries and their representatives will be those whose votes will eventually select the host of the World Expo.

The Thai delegates to the BIE 149th General Assembly were led by representatives of TCEB, the Royal Thai Embassy and the Office of Commercial Affairs in Paris. The governor and mayor of Izmir headed up Turkey's delegation.

Akapol added that the Bureau presented the country's readiness in many major aspects: Thailand as the land of smiles and renowned hospitality; history and tradition; and arts & culture. All of these make Thailand a desirable destination for people from all over the world. In addition, the Bureau also presented the country's readiness in terms of Thailand's position as a regional business center, transportation hub and shopping paradise. Moreover, Thailand is the geographical center of Asia and the gateway to ASEAN, especially as its preparing for the establishment of the ASEAN Economic Community (AEC), which will happen in 2015.

One of the factors that made Thailand's presentation more outstanding than its competitors was Thai history, especially in terms of Thailand's participation in the World Expo since 1867, including the Expo in Paris, France in 1900, when the Thailand Pavilion held pride of place under the Eiffel Tower and showcased Thailand's exquisite uniqueness. Also, Thailand was one of the first three Asian countries to have participated in the World Expo, the other two being China and Japan. Notably, both have won bids and have hosted the World Expo previously. In the last World Expo 2010 Shanghai, China, the Thailand Pavilion ranked among most popular pavilions. In addition, Thailand was the first country to officially announce its intention to bid for the Expo 2020, a project that was officially endorsed by the

government with Prime Minister Abhisit Vejjajiva announcing the government's support at Thailand's National Day at the Shanghai Expo last year.

Furthermore, the Bureau presented the readiness of Ayutthaya Province to be the host of the event. Ayutthaya was the capital of Thailand for over 400 years and a commercial port city of the time. The province now offers convenient transportation networks via various modes including highways, expressway, railway, a mass transit system and two international airports. The Bureau provided assurances that the city has a capacity to serve more than 30 million visitors that are expected to visit the expo over the six-month period. Finally, the presentation gave a short explanation of Thailand's theme: "Redefine Globalisation - Balance Life, Sustainable Living", and invited the 157 member countries to support Ayutthaya, Thailand as the host for the World Expo 2020.

Akapol concluded that Thailand's presentation met with great success and received a positive response at the 149th General Assembly. Thailand has another opportunity to present Thailand's bid at the BIE's 150th General Assembly, which will take place in November this year.

Meanwhile, the Bureau will continue to closely coordinate with the BIE to continue to move forwards, as well as work with the Ministry of Foreign Affairs to run a series of campaigns to try to win support from the 157 member countries. In addition, TCEB is pushing forwards with its domestic campaign to build national participation through the Expo 2020 Ayutthaya Thailand logo and mascot contests and road shows in various provinces around the country. Moreover, the Bureau plans to unveil the bidding proposal for World Expo 2020 to the public at the Bol Fair 2011, which will be held in November this year.

The closing date for the bid submission from other interested countries for the World Expo 2020 is November 2, 2011; six months after Turkey, the first country to submit an official letter of candidature, submitted their bid to the BIE on May 2, 2011. The host of the World Expo 2020 will be voted on by the 157 member countries in 2013.

For more updated information of the World Expo 2020 project, visit [www.thailandexpo2020.com](http://www.thailandexpo2020.com).



# สสพ. ออกกลยุทธ์ Luxury MICE เจาะลูกค้ายุโรประดับบน ชู 5 เมืองไมซ์รองรับการเติบโตตลาดหรู

สสพ. ปรับแผนการตลาดไมซ์ยุโรป ปี 2554 ออกกลยุทธ์ “Luxury MICE” ตอบสนองแนวโน้มกลุ่มลูกค้ายุโรปที่ต้องการความหรูหรา และความพิเศษเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น โดยประเมินโรดโชว์ที่เบลเยียม และอังกฤษ พร้อมยกทัพผู้ประกอบการไมซ์ไทยร่วมงาน IMEX 2011 ที่เยอรมัน มั่นใจสิ้นปีตลาดภูมิภาคยุโรปเติบโตร้อยละ 26



**พ**ายอรรถพล สรรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. เปิดเผยว่า ตลาดยุโรปเป็นตลาดที่มีความสำคัญสำหรับธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย และมีอัตราการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 13 ของตลาดไมซ์ทั้งหมด โดยปีที่ผ่านมา สสพ. ได้กระตุ้นตลาดไมซ์ยุโรปด้วยแคมเปญ Believe in Thailand มั่นใจเมืองไทยพร้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่น พร้อมจัดกิจกรรมทางการตลาดมาอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2554 นี้ สสพ. ปรับแผนการตลาดขยายฐานลูกค้าไมซ์ไปสู่ตลาดระดับบน โดยสร้างสรรค์กลยุทธ์ Luxury MICE เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในปัจจุบันของกลุ่มลูกค้ายุโรป ที่เน้นกลุ่มประชุมที่มีขนาดเล็กถึง แต่สรรหาความหรูหรา มีระดับ และมีความพิเศษเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมในทุกด้าน ทั้งนี้ สสพ. ได้คัดสรร 5 เมืองที่มีเสน่ห์และเป็นสุดยอดแห่งปลายทางในฝันของนักเดินทางทั่วโลก เสริมศักยภาพ “มหานครแห่งไมซ์” อันได้แก่ กรุงเทพฯ หัวหิน เชียงใหม่ ภูเก็ต และสมุย

นอกจากนี้ สสพ. ได้เติมเสน่ห์ที่ล้ำภายใต้แนวคิด “Chic & Charm” เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าระดับบนโดยเฉพาะ โดยแต่ละพื้นที่มีศักยภาพสูง และมีความพร้อมทั้งด้านสถานที่พักระดับไฮเอนด์อันหลากหลาย สถานที่จัดประชุมมาตรฐานโลก สถานที่ท่องเที่ยวสวยงามเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งยังสามารถนำเสนอการจัดกิจกรรมที่มีความพิเศษเหมาะกับลูกค้าไมซ์ระดับสูง

นายอรรถพล กล่าวว่า การเดินทางเยือนยุโรปของ สสพ. ครั้งนี้ นับเป็นการบูรณาการกิจกรรมการตลาดอย่างครบถ้วน เริ่มจากการเข้าพบเลขาธิการมหกรรมโลก (BIE) เพื่อยื่นหนังสือของนายกรัฐมนตรีเพื่อแสดงความจำนงยื่นประมูลสิทธิการเป็นเจ้าภาพการจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์เอ็กซ์โป 2020 ในวันที่ 16 พฤษภาคม ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ต่อด้วยการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อสานต่อโครงการ Believe in Thailand มั่นใจเมืองไทยพร้อม โดยใช้แนวคิด “เมืองไทย... สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ” และเน้นการทำการตลาดกับลูกค้าไมซ์กลุ่ม Luxury ด้วยการจัดกิจกรรมโรดโชว์ในตลาดยุโรป ณ กรุงบรัสเซล ประเทศ



# TCEB LAUNCHES LUXURY MICE INITIATIVE TO CAPTURE THE HIGH-END EUROPEAN MARKETS FIVE FASCINATING DESTINATIONS PRESENTED TO SERVE THE GROWING NUMBER OF LUXURY TRAVELERS

TCEB has adjusted its European marketing strategy in 2011 by launching the Luxury MICE campaign in response to European niche market trends that require more luxurious as well as unique events. Confident that the European MICE market this year will grow by 26 per cent compared with last year, the Bureau started its campaign with Luxury MICE road shows in Belgium and London, and also led Thai MICE operators to participate in IMEX 2011 in Germany.

**A**kapol Sorasuchart, TCEB's President, said that Europe, with its continued high growth, is an important market for Thailand's MICE. At present, the European market accounts for 13 per cent of Thailand's total MICE market. Last year, TCEB worked at stimulating the European market both through the "Believe in Thailand" campaign as well as with marketing activities throughout the year.

In 2011, TCEB shifted its marketing strategy to high-end markets with the creation of the Luxury MICE campaign, which aims to enhance the image of Thailand's MICE industry. The new initiative is designed to match the current European business traveler's behavior, which requires smaller meetings but in more luxurious and unique formats. Certainly, Thailand is ready to facilitate the needs of the luxury traveler. TCEB has selected five splendid cities, all of them desirable destinations for travelers worldwide, as strong MICE Cities. These destinations are Bangkok, Hua Hin, Chiang Mai, Phuket and Samui.

Moreover, the Bureau is promoting the destinations under the concept "Chic & Charm" to serve this particular niche market. Each destination has the potential and readiness to provide a truly captivating experience, including a variety of luxurious accommodation, world-class meeting venues and magnificent tourist attractions. In addition, these cities can provide special events to suit high-profile customers.

Akapol said that this visit to Europe saw the integration of all marketing activities, starting with a meeting with the Secretary-General of the Bureau of International Expositions (BIE) on May 16, 2011 to submit the Prime Ministry's letter of candidature for the bid to host the World Expo 2020. TCEB then organized the "Believe in Thailand" road show under the tagline: "Thailand provides inspiration for your business success". The Bureau emphasized its intention of penetrating the Luxury MICE market through road shows in Brussels, Belgium on May 17, in London on May 19 and in Manchester on May 20. TCEB also organized a workshop to foster understanding among the corporate executive group and media as well as Table-Top sales to stimulate the market.



เบลเยียม ในวันที่ 17 พฤษภาคม กรุงลอนดอน ในวันที่ 19 พฤษภาคม และ เมืองแมนเชสเตอร์ ประเทศอังกฤษ ในวันที่ 20 พฤษภาคม โดยมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจร่วมกับกลุ่มองค์กรผู้บริหารและสื่อมวลชนกลุ่มย่อยและกิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย เพื่อเจาะกลุ่มกระตุ้นการตลาด

นายอรรถพล กล่าวในการประชุม และงานเลี้ยงรับรองสำหรับผู้ประกอบไมซ์ไทยและนักธุรกิจเบลเยียมว่า มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับเบลเยียมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยร้อยละ 11 ต่อปี ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเบลเยียมเข้ามาลงทุนโครงการสำคัญๆ ในประเทศไทยหลากหลายอุตสาหกรรม ตั้งแต่โรงงานไฟฟ้า เทเลคอม โลจิสติกส์ ปิโตรเคมี ธุรกิจค้าปลีก และเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม

“ยุโรปเป็นหนึ่งในตลาดระยะไกลสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและไมซ์ของไทย ในปี 2552 มีนักท่องเที่ยวจากยุโรปมาเยือนประเทศมากกว่า 4 ล้านคน โดยนักท่องเที่ยวจากอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งตลาดทั้งภูมิภาคยุโรปมีสัดส่วนร้อยละ 13 ของจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งหมดของประเทศไทย ทั้งนี้ สสพ. คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากยุโรปในปีนี้จะเพิ่มขึ้นเป็น 100,800 คน และสร้างรายได้ให้ประเทศเป็นมูลค่า 141.3 ล้านยูโร”

สำหรับที่กรุงลอนดอน นอกจากการจัดกิจกรรมโรดโชว์แล้ว สสพ.ยังได้จัดงานสัมมนา “Business Opportunity in ASEAN through Exhibition in Thailand” สำหรับผู้จัดงานแสดงสินค้าในประเทศอังกฤษ (organizer) เพื่อเปิดตลาดงานแสดงสินค้าในตลาดประเทศอังกฤษเป็นครั้งแรก โดยทุกกิจกรรมจะเน้นการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกไปยังกลุ่มหน่วยงาน องค์กรเป้าหมายให้เข้าใจถึงความพร้อมของประเทศไทยในการจัดงานไมซ์แบบครบวงจร

อังกฤษถือเป็นหนึ่งในตลาดหลักของไทยโดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ทั้งหมดจากยุโรปมายังประเทศไทย ซึ่งการจัดกิจกรรมโรดโชว์ที่ลอนดอน และ แมนเชสเตอร์ ระหว่างวันที่ 19-20 พฤษภาคมที่ผ่านมา สสพ. ได้นำผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ 18 คน เข้าร่วมเจรจาธุรกิจกับกลุ่มผู้จัดงานไมซ์ในอังกฤษ ทั้งนี้ สสพ. คาดว่า ตลาดไมซ์ยุโรปปีนี้มีอัตราการเติบโตร้อยละ 47 โดยนักท่องเที่ยวไมซ์จากอังกฤษมายังประเทศไทยจำนวน 10,600 คน และสร้างรายได้ประมาณ 13.2 ล้านยูโร

หลังจากนั้น สสพ. ได้ไปร่วมงานเทรดโชว์ IMEX 2011 ระหว่างวันที่ 24-26 พฤษภาคม ที่เยอรมัน ซึ่งถือเป็นงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดงานหนึ่งของสหภาพยุโรป ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี จึงใช้โอกาสการเข้าร่วมงานครั้งนี้ เป็นเวทีสร้างความเชื่อมั่นและแสดงศักยภาพและความพร้อมของการจัดงานไมซ์ไทยนำเสนอแพคเกจการตลาด พร้อมสร้างโอกาสทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการไทย มีโอกาสพบปะผู้ซื้อจากนานาชาติ เพื่อนำเสนอธุรกิจและขยายตลาดไมซ์ไทยในเวทีเทรดโชว์ระดับโลก

นายอรรถพล กล่าวเสริมว่า ในปีนี้ สสพ. นำผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเดินทางเข้าร่วมงานIMEX 2011 ทั้งสิ้น 26 หน่วยงาน และคาดว่าจะมีจำนวนนัดหมายเจรจาธุรกิจทั้งสิ้นกว่า 675 นัดหมาย นอกจากนี้ ยังจัดให้มีกิจกรรมพิเศษ คือการจัดเลี้ยงรับรองสื่อมวลชนเพื่อร่วมแลกเปลี่ยนและพูดคุยกับผู้

บริหาร ถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการต้อนรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ ซึ่งการเข้าร่วมงานในครั้งนี้ สสพ. คาดว่าจะสามารถดึงดูดผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ชาวยุโรปให้เดินทางเข้ามายังประเทศไทยได้ประมาณ 7,000 คน สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศกว่า 437.5 ล้านบาท

“สำหรับผู้เดินทางไมซ์ตลาดบน เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนร้อยละ 13 ของผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ และมีอัตราการใช้จ่ายสูงกว่าผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ทั่วไป ร้อยละ 30 โดยผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ทั่วไปมีค่าใช้จ่ายต่อหัว 62,500 บาท ในขณะที่กลุ่ม Luxury มีค่าใช้จ่ายต่อหัว 81,250 บาท และสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศสูงถึง 4 พันล้านบาท โดย สสพ. เชื่อมั่นว่า จากกิจกรรมกระตุ้นการขายน่าจะทำให้ในปีนี้อุตสาหกรรมไมซ์ยุโรปมีการฟื้นตัวโดยประมาณการณ์ ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ยุโรปเข้ามาในประเทศไทย 100,800 คน สร้างรายได้ประมาณ 6,300 ล้านบาทซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 26”

ก่อนหน้านี้ สสพ. ได้จัดงานโรดโชว์ในตลาดยุโรปเพื่อโปรโมทแคมเปญ Believe in Thailand ไปแล้วเมื่อเดือนมีนาคมที่ประเทศรัสเซีย และยังมีแผนจัดกิจกรรม Luxury Familiarization เพื่อให้กลุ่มลูกค้าระดับบนได้สัมผัสกับอุตสาหกรรมไมซ์ในบริการที่หรูหราและเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร โดยจะเริ่มในเดือนมิถุนายนนี้กับกลุ่มไมซ์จากประเทศรัสเซีย

สสพ. มีแผนที่จะจัดงานประจำปี ภายใต้ชื่อ “Connections Plus” เพื่อเป็นการพบปะผู้ซื้อ และผู้ขาย โดยปีนี้ มีเป้าหมายจัดงานเพื่อส่งเสริมชื่อเสียงของหัวหิน ในด้านความพร้อมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในเดือนกรกฎาคมนี้ นอกจากนี้ สสพ. ยังได้เตรียมแผนการดำเนินงานบูทตลาด Luxury MICE ในยุโรป ด้วยการจัดกิจกรรม European Luxury Familiarization ในเดือนพฤศจิกายนนี้

สำหรับแผนระยะยาว นายอรรถพลกล่าวว่า ประเทศไทยถือเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคตลอดทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่ง สสพ. ได้กำหนดเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนตลาดไมซ์ในยุโรป โดยในเร็ว ๆ นี้ จะมีการแต่งตั้งตัวแทนการตลาดในประเทศต่างๆ ในภูมิภาคยุโรปเพิ่มขึ้น พร้อมกับวางแผนจัดกิจกรรมกรรมสำหรับกลุ่มองค์กรไมซ์ในยุโรป เช่น การจัดแฟมทริป และการสัมมนา โดยเน้นถึงศักยภาพการเติบโตของตลาดไมซ์ระดับบนในประเทศไทย และความพร้อมในการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม และการจัดประชุมแบบรักษ์โลก

ในปีหน้า ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมทางธุรกิจของยุโรปสำคัญๆ หลายงาน เช่น งานมหกรรมการแสดงผลงานด้านกีฬาโลก จากประเทศอังกฤษ (World Sport Destination Expo 2011) และกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากบริษัทข้ามชาติหลายบริษัทที่มีฐานธุรกิจอยู่ในยุโรป เช่น อุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นเพื่อวัย รยอนต์ ประกันภัย ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย และเวชภัณฑ์

นอกจากการเปิดตัวกลยุทธ์ “Luxury MICE” แล้ว สสพ. ได้ใช้โอกาสนี้เปิดเผยถึงความคืบหน้าของโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมเว็ลด์ส์เอ็กซ์โป 2020 ในการจัดกิจกรรมโรดโชว์ และการเข้าร่วมงานเทรดโชว์ในยุโรปครั้งนี้ โดยแจ้งให้ทราบว่า ประเทศไทยได้เลือกอยุธยา เป็นสถานที่สำหรับารจัดงาน ภายใต้หัวข้อหลักคือ “Redefine Globalisation: Balanced Life, Sustainable Living.”

Speaking at a workshop and reception for Thai sellers and Belgium-based business partners, Akapol disclosed that bilateral trade between Belgium and Thailand has grown by an average of 11 per cent annually over the past 5 years. Belgium has recently made several major investments in Thailand in a variety of fields, ranging from power plants, telecoms and logistics to petrochemicals, retailing and environmental technologies.

“Europe is a major long-haul market for Thailand’s tourism and MICE industries. In 2009, more than 4 million European tourists visited Thailand, with UK, Germany, and France ranking the highest. In all, the EU accounts for 13 per cent of Thailand’s total MICE market. We expect that the number of European MICE visitor arrivals to Thailand will increase to 100,800 travelers, generating 141.3 million pounds in revenues this year.”

In London, apart from the road show, TCEB also held a seminar on “Business Opportunities in ASEAN through Exhibitions in Thailand” for UK organizers. This was the first time TCEB opened Thailand’s exhibition market in the UK. Every activity emphasized and enhanced the positive image of the country to the target organizations, assuring them that Thailand is ready to host all types of business events.

The UK is one of Thailand’s key markets and accounts for around 10 per cent of total European MICE visitors to Thailand. TCEB brought 18 Thai MICE professionals to the road shows in London and Manchester to conduct business and negotiate with UK buyers. The Bureau expects the European market this year to grow by 47 per cent, of which 10,600 will be MICE travelers, generating about 13.2 million euros in revenue.

TCEB went on to attend IMEX 2011 on May 24-26 in Frankfurt, Germany, one of Europe’s largest annual exhibition trade shows for incentive travel, meetings and events. The Bureau used the show as a platform to boost international confidence and demonstrate the potential and readiness of Thailand’s MICE industry. TCEB also offered promotional packages and created business opportunities for Thai MICE operators, who were able to meet international sellers to present their businesses and expand the MICE market during the global trade show.

This year, TCEB led 26 operators to participate in IMEX 2011 with an estimated 675 plus appointments for trade and business negotiations between buyers and sellers



during the three-day event. In addition, the Bureau also organized a reception dinner for the media to discuss Thailand’s potential and readiness to welcome MICE travelers with TCEB’s management. TCEB expects that participation at IMEX 2011 will help draw approximately 7,000 European MICE visitors to Thailand, generating revenue of more than 9.8 million pounds by year-end.

“Currently, the number of luxury MICE travelers accounts for 13 per cent of total MICE travelers to Thailand, with the 30 per cent higher average spending for the luxury group than general MICE travelers. The luxury travelers spend an average of Bt81,250 per head compared to Bt62,500 for the general MICE traveler. The Bureau is confident that these marketing activities will

boost the number of European MICE travelers to Thailand to 100,800, generating about Bt6,300 million, up 26 per cent over the previous year,” said Akapol.

Earlier this year, in March 2011, TCEB organised a road show in Russia as part of its activities to promote the Believe in Thailand campaign on the European market. The Bureau is also planning to arrange Luxury Familiarization trips enabling the luxury group to experience first-hand the luxury MICE facilities and services, beginning in June this year.

Meanwhile, TCEB is planning its annual event “Connections Plus”, a platform for sellers and buyers to be introduced to new products. This year, the Bureau is aiming to promote Hua Hin’s readiness in the MICE industry. Moreover, TCEB will arrange a European Luxury Familiarization in November this year to further penetrate the European MICE market.

In terms of long-term plans, Akapol pointed out that Thailand has been regarded as a leader of ASEAN’s MICE industry for the past decade. However, TCEB has set a target to increase Thailand’s share of the European market this year and will soon appoint more marketing representatives in various European countries. Meanwhile, the Bureau plans to run a series of activities to capture the European corporate market, such as Fam Trips and seminars, underlining the potential for growth of Thailand’s luxury MICE market. All these activities will show readiness to support CSR and Green Meetings, as well as other types of meetings, in Thailand.

Next year, Thailand will host major business events from Europe including World Sport Destination Expo 2011 and many incentive groups from Europe-based multinationals, in industries such as luxury products, automobile, insurance, personal care and pharmaceutical products.





EXHIBITION

# สสพ. เร่งประสาน 4 กระทรวงเศรษฐกิจ ผลักดันโครงการ “Better the Best” คัดสรร 5 งานระดับแชมป์เยี่ยม กระตุ้น เศรษฐกิจประเทศ

สสพ. สนับสนุนโครงการ “Better the Best” ปีที่ 2 เร่งประสาน 4 กระทรวงเศรษฐกิจ กระตุ้น  
อุตสาหกรรมบริการจัดงานแสดงสินค้า และเศรษฐกิจประเทศ ผ่าน 5 อุตสาหกรรมหลักตาม  
นโยบายวาระแห่งชาติ ที่ได้รับการบรรจุเป็นวาระแห่งชาติ โดยปีนี้ สสพ. มุ่งเน้นการดำเนินงานและ  
เสริมสร้างความร่วมมือในระดับรัฐบาล (Government-to-Government) และหน่วยงานราชการ  
ในประเทศเป้าหมาย เพื่อเร่งเปิดตลาดคู่ค้าใหม่ๆ ในต่างประเทศให้แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้า



นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า ในปีที่ผ่านมา สสพ. ประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการ Better the Best ซึ่งสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศผ่านการเจรจาซื้อขายในงานแสดงสินค้ากว่า 73,000 ล้านบาท ในปีนี้ สสพ. จึงได้เดินทางมาสานต่อโครงการดังกล่าว เพื่อสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมหลักๆ ที่ได้รับการบรรจุเป็นวาระแห่งชาติทั้งสิ้น 5 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมปศุสัตว์และการเกษตร อุตสาหกรรมของขี้อัญญา งานฝีมือและของแต่งบ้าน อุตสาหกรรมพลังงานทดแทน อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล และเทคโนโลยีโลจิสติกส์ และอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเพื่อการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจากสถิติพบว่าอุตสาหกรรมทั้ง 5 ภาคนี้ มีมูลค่ารวมกันสูงถึง 4.7 แสนล้านบาท

นายอรรถพล กล่าวว่า การดำเนินงานภายใต้โครงการ Better the Best ปีที่ 2 นี้ สสพ. ได้เร่งขยายความร่วมมือไปยัง 4 กระทรวงเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงพลังงาน และกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อทำงานร่วมกันในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียนในแต่ละอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยอาศัยการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติเป็นเวทีสำคัญทางด้านนางศุภวรรณ ตีระรัตน์ ผู้อำนวยการฝ่ายงานแสดงสินค้านานาชาติ สสพ. กล่าวว่า หัวใจสำคัญของโครงการ Better the Best ได้แก่การคัดสรรงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติของไทยซึ่งเป็นงานระดับแชมป์เยี่ยมในแต่ละอุตสาหกรรม และมีความคุณภาพการจัดงานที่ได้มาตรฐานสากล ตามข้อกำหนดของสมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก (The Global Association of the Exhibition Industry - UFI) มาเข้าร่วมโครงการ พร้อมทั้งให้การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดงานอย่างเป็นระบบและเต็มประสิทธิภาพ โดยงานแสดงสินค้านานาชาติที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการฯ ในปีนี้มีทั้งสิ้น 5 งานได้แก่ งานวิฟ เอเชีย (VIV Asia) งานบีกแอนด์บีไอเอช (BIG & BIH) งานรีนิวเอเบิล เอ็นเนอร์ยี เอเชีย (Renewable Energy Asia) งานโปรแพค เอเชีย (Propak Asia) และงานเมทัลเล็กซ์ (METALEX)

นายอรรถพล กล่าวเสริมว่า งานแสดงสินค้าทั้ง 5 งานนี้ เปรียบเสมือนประตูสู่การค้าและการลงทุนของแต่ละอุตสาหกรรมหลัก ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน แต่สสพ. หวังว่าโครงการนี้จะช่วยกระตุ้นอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าให้เติบโตเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 15-20 และดึงดูดซื้อ ผู้ขาย ตลอดจนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าชาวต่างชาติเข้าประเทศเป็นจำนวน 27,181 คน สร้างรายได้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ไทยอีกกว่า 2,378 ล้านบาท

นางศุภวรรณ กล่าวเพิ่มเติมว่า การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ดี จะเสริมสมบูรณ์ภายในปี 2558 เป็นโอกาสที่ดีต่อการพัฒนาตลาดและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทย โดยอาศัยอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน ซึ่งการดำเนินงานของโครงการ Better the Best ในปีนี้ สสพ. จึงมุ่งเน้นการดำเนินงานและเสริมสร้างความร่วมมือในระดับรัฐบาล (Government-to-Government) และหน่วยงานราชการในประเทศเป้าหมายต่างๆ เพื่อเร่งเปิดตลาดคู่ค้าใหม่ๆ ในต่างประเทศให้แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้า โดยในเบื้องต้นจะเน้นในกลุ่มประเทศอาเซียน พลัส 6 เป็นสำคัญ ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจะเสริมศักยภาพการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศผ่านงานแสดงสินค้าของไทยให้เติบโตตามเป้า

จากรายงานสถิติล่าสุดของสมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก หรือ UFI ระบุว่า อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของไทยยังคงครองความเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียน โดยมีมูลค่าการทั้งสิ้น 10,508 ล้านบาท มีการจัดงานทั้งสิ้น 75 งาน ซึ่งเป็นจำนวนสูงที่สุดในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ไทยยังยังคงรักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของภูมิภาคอาเซียนในด้านอื่นๆ อีก ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่จัดงานในแต่ละปี ซึ่งมีขนาดถึง 466,500 ตารางเมตร และมีศูนย์แสดงสินค้าและนิทรรศการจำนวนสูงสุดถึง 8 แห่ง ที่ได้รับการยอมรับจาก UFI ไทยจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคอาเซียน และมีแนวโน้มจะก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำในเอเชียได้ โดยดูจากรายได้เฉลี่ยต่อการจัดงานจะพบว่าไทยเป็นอันดับ 4 ในภูมิภาคเอเชีย รองจากฮ่องกง จีน และญี่ปุ่น

โครงการ Better the Best เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการ “กรุงเทพ...มหานครแห่งการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของอาเซียน” หรือ Bangkok...Exhibition City of ASEAN ที่ สสพ. ร่วมกับ กรุงเทพมหานคร กำหนดนโยบาย และผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาค

ทั้งนี้ โครงการ Better the Best มีเป้าหมายเพื่อพัฒนางานแสดงสินค้านานาชาติ “International Trade Shows” ที่จัดในประเทศไทย ให้มีศักยภาพพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นให้ทัดเทียมกับงานแสดงสินค้าอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย ทั้งยังเป็นการส่งเสริมการเติบโตทางด้านเทคโนโลยี และการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าการลงทุนระหว่างประเทศผ่านสุดยอดแสดงสินค้านานาชาติในแต่ละอุตสาหกรรมหลักของประเทศ



## TCEB COLLABORATES WITH FOUR ECONOMIC MINISTRIES TO DRIVE FORWARD THE BETTER THE BEST CAMPAIGN SELECTING FIVE REGIONAL 'CHAMPION' SHOWS TO STIMULATE THE ECONOMY

TCEB continues with the second year of its “Better the Best” campaign, collaborating with four economic ministries to stimulate the exhibition industry and boost the economy through five key international trade shows, all of them on the national agenda. This year, the Bureau is aiming to enhance bilateral collaboration on a government-to-government basis and with state agencies in target countries to open up new overseas trade partners for Thai trade organizers.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President said that, last year, TCEB was successful in running the Better the Best campaign, which generated Bt73 billion in revenue for the country through matching business and trade negotiations. The Bureau is therefore continuing the campaign to support and promote key industries such as livestock and agriculture, gift and home decorative items, alternative energy, machinery and metalwork, and packaging technology, which are valued as high as Bt4.7 trillion.

Akapol says that for this second year of the Better the Best campaign, TCEB has expanded its collaboration to include four major economic ministries: the Ministry of Agriculture and Cooperatives, the Ministry of Commerce, the Ministry of Energy and the Ministry of Industry. The Bureau and the ministries will work together to drive Thailand forward as the trade and investment hubs of each of these industries through these international trade shows.

Supawan Teerarat, TCEB's Exhibition Director, said that the key to the Better the Best campaign was the selection of Thailand's international trade fairs which are recognized as the regional champion shows in each sector. In addition, the organizational qualities of the shows had to meet international standards in line with the regulations of the Global Association of the Exhibition Industry (UFI). The Bureau would provide maximum support and promotions for the fairs. This year, the five selected international trade shows are VIV Asia, BIG & BIH, Renewable Energy Asia, Propak Asia, and Metalex.

Akapol adds that all five shows are gateways to trade and investment in each industry. “The events will not only boost the country's economy's continued and sustainable growth, but TCEB also expects that they will help the exhibition industry to grow by 15-20 per cent. The number of sellers, buyers and foreign visitors this year is expected to be 27,181 persons, generating more than Bt2.37 billion in revenue.”

Supawan pointed out that the ASEAN Economic Community, which comes into

being in 2015, offers Thailand a golden opportunity for market development and economic expansion driven by the exhibition industry. This year, TCEB would emphasize the operations side of Better the Best in establishing collaboration at the government-to-government level, as well as with certain state agencies in the target countries. The collaboration aims to accelerate the opening up of new trade overseas trade partners for the Thai trade organizers. To start with, the Bureau is focusing on the members of the ASEAN plus six framework. TCEB's operations will enhance the potential of bilateral trade and investment to grow as targeted through the exhibitions.

According to the latest statistics compiled by UFI, Thailand's exhibitions industry remains the leader in ASEAN with a total value of Bt10.58 billion through 75 events, the largest volume of events in the region. In addition, Thailand was ranked the first in ASEAN in other areas, such as an annual exhibition space of up to 466, 500sqm and eight exhibition venues, all of them recognized by UFI.

Thailand therefore is a high potential market for the international exhibition industry in ASEAN and can step up as the leader in the region. In terms of the average revenue per event, Thailand is ranked the fourth in Asia behind Hong Kong, China and Japan.

The Better the Best campaign is an effective marketing strategy in developing the exhibition industry. It is also part of the “Bangkok...the Exhibition City of ASEAN” scheme in which TCEB is collaborating with the Bangkok Metropolitan Administration in jointly setting policies and enhancing Thailand's image as the preferred destination for exhibitions in the region.

The Better the Best campaign is aimed at strengthening the competitiveness of the international trade shows held in Thailand so they can rival other exhibitions in Asia. It will also boost technology growth and build up the exhibition network, increasing the value of bilateral trade and investment through regional champion shows in each key industry of the country.

# สสปน.ริเริ่มมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร อีกมาตรการเพิ่มจุดแข็งอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในตลาดโลก

สสปน. เปิดตัวโครงการมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (ISO 22000) เป็นแห่งแรก ในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และโอกาสในการดึงดูดการลงทุนขนาดใหญ่เข้ามาจัดงานในประเทศมากขึ้น

นางนิชาภา ยศวีร์ ผู้อำนวยการ ฝ่ายพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมไมซ์ สสปน. เปิดเผยว่า โครงการดังกล่าว เป็นผลจากการประชุมร่วมกับคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรและองค์กรในอุตสาหกรรมไมซ์ เมื่อต้นปีที่ผ่านมา โดยได้ข้อสรุปว่า ความปลอดภัยด้านอาหารมีความสำคัญในระดับต้นๆ เพราะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสถานที่จัดงาน ประกอบกับอาหารไทยเป็นจุดขายของประเทศไทย ดังนั้น การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารให้อยู่ในระดับสากลภายใต้การรับรองมาตรฐาน ISO 22000 จะทำให้ผู้ใช้บริการกลุ่มไมซ์ทั้งในประเทศ และนานาชาติมีความเชื่อมั่นทั้งรสชาติและความปลอดภัยของอาหารไทย ทั้งนี้ ประเทศไทยถือเป็นประเทศแรกของภูมิภาคที่มีความเคลื่อนไหวในเรื่องนี้ ซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบในแง่ของการกระตุ้นให้มีการจัดงานใหญ่ขึ้นในเมืองไทย

“ความปลอดภัยในด้านอาหาร กำลังกลายเป็นปัจจัยสำคัญอันใหม่ ที่ผู้จัดการประชุมหรือการกิจกรรมขนาดใหญ่จากทั่วโลก กำลังนำมาเป็นตัวพิจารณาเลือกสถานที่จัดงาน เห็นได้อย่างชัดในประเทศแถบยุโรปและอเมริกา”

ISO 22000 เป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารที่เป็นที่ยอมรับระดับสากลที่จะช่วยให้เกิดการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการอาหารปลอดภัยทั่วทั้งห่วงโซ่ (เริ่มตั้งแต่วัตถุดิบในการปรุงอาหาร ระบบการปรุงอาหาร สถานที่ในการปรุงอาหาร จนถึงการส่งมอบอาหารแก่ผู้บริโภค) ให้เป็นแนวทางเดียว และยกระดับความปลอดภัยของอาหาร เพื่อให้มั่นใจว่าอาหารที่ผลิตมีความปลอดภัยกับผู้บริโภค สอดคล้องตามข้อกำหนดกฎหมายและได้คุณภาพตามที่ต้องการ มาตรฐานนี้เกิดขึ้นจากความรู้และความห่วงใยในสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคทำให้มีความต้องการที่จะทำใหักระบวนการการผลิตอาหารได้รับการประกันความปลอดภัย

สสปน. ได้จัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 22000 แก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ขึ้น โดยเชิญผู้ประกอบการโรงแรม ศูนย์การประชุมร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับอาหารเข้าร่วม

สำหรับเป้าหมายหลักของโครงการนี้ คือการให้ความรู้ในการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันในเรื่องอาหารโดยเฉพาะให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย เพื่อให้แข่งขันในตลาดโลกได้

“สสปน. จะให้การสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ ให้ได้รับรองมาตรฐาน Food Safety ISO 22000 ทั้งด้านการกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน การจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร ตลอดจนเป็นเสมือนพี่เลี้ยงที่ให้การปรึกษา ฝึกอบรม การติดตามประเมินผล การรับรองและการให้รับประกันมาตรฐานการจัดการความปลอดภัย ด้านการสนับสนุนงบประมาณ สสปน. จะสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการ เป็นจำนวนร้อยละ 70 ของยอดค่าใช้จ่ายประมาณ 400,000 บาทต่อผู้ประกอบการไมซ์แต่ละราย” นางนิชาภา กล่าว

สำหรับหน่วยงานที่จะให้การรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารในไทย คือ บริษัท เอสจีเอส ไทยแลนด์ ซึ่งเป็นบริษัทที่เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานอาหารจากต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม ขณะนี้พบว่า มีเพียงโรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัลกรุงเทพฯ เพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่ได้รับการรับรองมาตรฐานนี้แล้ว ทั้งนี้ ในอนาคตคาดว่าจะมีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการนี้ราว 10-15 ราย ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่มีห้องประชุม



หรือห้องแสดงสินค้า และมักเป็นที่จัดงานขนาดใหญ่

ในขณะนี้ ศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ทั้ง 3 แห่งในกรุงเทพฯ ได้แก่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ไบเทค และ อิมแพคเมืองทองธานี กำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาเรื่องนี้

ด้านนายสุเมธ สุทัตต์ ณ อยุธยา นายกสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทีก้า กล่าวว่าสมาคมพร้อมที่จะให้การสนับสนุนโครงการนี้ เพราะถือเป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และเป็นจุดเด่นที่ผู้ประกอบการไมซ์ไทยใช้มาตรฐานนี้ต่อยอดคุณภาพของอาหารและบริการเพื่อรองรับความต้องการของตลาดไมซ์ระยะยาว

โดยที่ก้าจะเข้ามามีบทบาทในการกระตุ้น และชักจูงผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกของทีก้าให้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน Food Safety ISO 22000 รวมถึงเป็นพี่เลี้ยงในการให้คำแนะนำผู้ประกอบการร่วมกับ สสปน. โดยผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกของทีก้าจำนวนไม่น้อยที่ได้รับประกาศนียบัตรรับรองทางด้านคุณภาพมาตรฐานอาหารทั้งในส่วนของ GMP หรือ HACCP แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการเองก็มองว่าอยากที่จะพัฒนาและยกระดับองค์กรของตนเองและการให้บริการให้สูงขึ้นไปกว่ามาตรฐานที่ได้พัฒนาไว้ในเบื้องต้น

“เราเชื่อมั่นว่าการยกระดับไปสู่มาตรฐาน Food Safety ISO 22000 จะมีบทบาทสำคัญในการช่วยเป็นเครื่องมือทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการไมซ์ได้เป็นอย่างดีในอนาคต ส่งผลให้มีความแข็งแกร่งในการที่จะไปแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดไมซ์ระดับนานาชาติได้” นายสุเมธ กล่าว

ก่อนหน้านี้ สสปน. ได้พัฒนาระบบความปลอดภัยเกี่ยวกับการประชุมที่เรียกว่า MSMS ตามด้วยการประชุมที่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมหรือ Green Meetings ไปแล้ว คราวนี้จะก้าวไปอีกขั้นในเรื่องของอาหาร เพราะนักธุรกิจจำนวนมากกำลังแสวงหาประสบการณ์ด้านอาหาร ดังนั้น อาหารที่ปลอดภัยจะช่วยดึงดูดงานประชุมเข้ามาได้มากขึ้น



# TCEB INITIATES ISO 22000 A FRESH MEASURE TO STRENGTHEN THAILAND'S MICE INDUSTRY ON THE INTERNATIONAL MARKET

TCEB has launched the food safety standard (ISO 22000), the first country in ASEAN to do so. It is one of TCEB's core missions to enhance the competitiveness of Thailand's MICE industry, and therefore to increase opportunities for the country to host more large-scale events.



**N**ichapa Yoswee, Director of TCEB's MICE Capabilities Development Division, said that the project was created following a meeting earlier this year between TCEB and a sub-committee concerned with personnel and organizational development in the MICE industry. The meeting concluded that food safety was a top priority because it affected the image and reliability of meeting venues. Thai food is also one of Thailand's strengths, therefore the development of the food safety standard to gain the ISO 22000 certification would ensure that both local and international buyers were attracted by the authentic taste and safety of Thai food.

"Food safety standard is becoming a new factor for organizers worldwide in choosing event venues, especially those from Europe and America," Nichapa said.

The food safety standard ISO 22000 is a globally accredited standard. It creates a food safety management system where all relevant parties in the food chain of production (from raw materials, food preparation systems, food preparation venues, and food logistics to consumers) are required to conform to the stated food safety policy. The ISO 22000 will raise food safety standard and ensure that food is safe for consumers in compliance with relevant laws and regulations and in response to consumer needs. This standard was created because consumers today have better knowledge and greater health awareness, and therefore require a safety standard for the food production process.

In April 2011, TCEB organized a seminar on ISO 22000 for MICE operators and invited representatives from hotels, convention centers, restaurants and food manufacturers to participate.

The main objective of the project is to provide knowledge that will enhance the potential of food and give Thailand's MICE industry a competitive edge in the international market.

"TCEB will uphold and encourage Thai MICE operators to receive ISO 22000 certification by providing standard criteria, food safety management, consultation, training programs, monitoring and evaluation and finally, certification. Moreover, the Bureau will subsidize as much as 70 per cent of the total expense of about Bt400,000 per operator towards the process of gaining the ISO 22000 certification."

In Thailand, SGS (Thailand) Limited is the certification company for ISO 22000. It has expertise in verification and testing, and can advise interested parties on overseas food safety standards.

To date, only the InterContinental Bangkok Hotel has gained the ISO 22000 certification. TCEB expects 10-15 operators to apply for the ISO 22000 certification, especially hotels and convention centers that host large-scale events regularly.

At present, the three leading convention centers in Bangkok - Queen Sirikit National Convention Center, BITEC, and IMPACT Muang Thong Thani - are preparing to enter the food safety standard process.

Sumate Sudasna, President of the Thailand Incentive & Convention Association (TICA), said that the association is ready to support the project because such certification would give Thai operators international recognition and also an advantage towards meeting the MICE market requirements in the long run.

TICA will encourage its members to recognize the importance of gaining the Food Standard ISO 22000 and will also collaborate with TCEB to guide and provide advice to MICE operators. Many members have already received GMP (Good Manufacturing Practice) and HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) certification. However, operators need further development to enhance services with higher standards.

"We are confident that ISO 22000 certification will be crucial as an effective marketing tool for Thai MICE operators in the future. It will help strengthen the Thai MICE industry's competitiveness in the international market," Sumate concluded.

Earlier, TCEB initiated the MICE Security Management System (MSMS) Standard, followed by Green Meetings. Now, the Bureau has taken another important step in matters relating to food, in the knowledge that many in the corporate world are seeking better food quality and assured food safety. The food safety standard will certainly help attract more events to the country.



# สสพ. จับมือทีก้า เร่งฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดกระบี่ นำร่องกิจกรรมจิตอาสา พร้อมเปิดเวทีผู้ซื้อพบผู้ขาย และแฟมทริป

สสพ. ร่วมกับสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือทีก้าจัดกิจกรรมฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดกระบี่หลังประสบอุทกภัยครั้งใหญ่ ภายใต้โครงการ” D-MICE ประชุมเมืองไทย มั่นใจเมืองไทยพร้อม” โดยนำทีมผู้บริหารระดับสูง จากองค์กรรัฐและเอกชน และ สื่อมวลชน ร่วมทำกิจกรรมจิตอาสา นำร่อง พร้อมเปิดเวทีผู้ซื้อพบผู้ขาย และกิจกรรมแฟมทริปสำรวจสภาพพื้นที่ เร่งฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ



18

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. เปิดเผยว่า จากเหตุการณ์น้ำท่วมและดินถล่มในหลายจังหวัดทางภาคใต้ โดยเฉพาะจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดกระบี่ และจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัย บางส่วนไปแล้ว แต่ยังคงต้องการแรงสนับสนุนจากทุกภาคส่วนเพื่อบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นให้แก่ประชาชนทั่วไป รวมไปถึงผู้ประกอบการด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศ

สสพ. ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เนื่องจากผลกระทบโดยรวมต่อทั้งการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะประเด็นเรื่องความปลอดภัย ดังนั้น สสพ. จึงร่วมกับ ทีก้า จัดกิจกรรมส่งเสริมและฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ ในประเทศเป็นการเร่งด่วน ณ จังหวัดกระบี่ โดยนำผู้เข้าร่วมหลักสูตร Executive Development Program (EDP) ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์กรธุรกิจเอกชนและภาครัฐ ประมาณ 30 หน่วยงานจากหลากหลายธุรกิจ เข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip ภายใต้ชื่อ “พลิกฟื้นอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยใจให้กระบี่” ระหว่างวันที่ 29-30 เมษายน 2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยและผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับผลกระทบในจังหวัดกระบี่

บริษัทชั้นนำที่เข้าร่วมกิจกรรม อาทิเช่น ผู้แทนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย บริษัทไอเอสเอส จำกัด บริษัทไทยออยล์ เอทานอล จำกัด สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนอยุธยา บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต บริษัท มิตรบุษิณี อีเล็คทริค กันยงวัฒนา จำกัด ธนาคารอาคารสงเคราะห์ บริษัท อเมริกัน สเตนดาร์ด บี แอนด์ เค (ประเทศไทย) และ แพทย์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นต้น

ในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ มีการดำเนินงานใน 2 ส่วนหลัก คือ เรื่องการฟื้นฟูอาชีพ และการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการสร้างงานและสร้างรายได้หลักให้กับประเทศ โดยจัดแฟมทริปนำกลุ่ม EDP และ สื่อมวลชน สำรวจความพร้อมของสภาพพื้นที่ในการจัดกิจกรรมด้านไมซ์ พร้อมทั้งจัดให้มีช่วงผู้ซื้อพบผู้ขาย เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไมซ์ท้องถิ่นได้พบปะและนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการ แก่ผู้แทนกลุ่มธุรกิจภาคเอกชน และองค์กร รัฐที่ร่วมแฟมทริป เพื่อกระตุ้นให้เกิดการจัดประชุมสัมมนา และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเข้าสู่จังหวัด

ส่วนที่สองเป็นการช่วยเหลือเยียวยาให้กำลังใจกับผู้ประสบภัย ผ่านกิจกรรมจิตอาสา โดยร่วมกันบริจาคสุขาเคลื่อนที่ 3 ห้อง พร้อมข้าวสารกว่า 4 ตัน อาหารแห้ง น้ำดื่ม และ สิ่งของที่จำเป็นต่อใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจัดขึ้นที่โรงเรียนบ้านควนผึ่ง ตำบล หน้าเขา อำเภอเขาพนม จังหวัดกระบี่

ในการจัดแฟมทริปครั้งนี้ สสพ. ยังได้จัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อระดมความคิดเห็น มองหาโอกาส และแนวทางที่เหมาะสมในการช่วยเหลือและฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดกระบี่ และภาคใต้ของประเทศไทย โดย สสพ. จะให้การสนับสนุนผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด D-MICE ซึ่งภาคใต้ และจังหวัดกระบี่ เป็นที่นิยมของผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ

นอกจากนี้ สสพ. ยังได้สร้างช่องทางสื่อสารแก่ลูกค้า ทั้งประชุมเมืองไทย

โดเร็คทอรี่ที่รวบรวมสถานที่สำหรับการจัดประชุมในเมืองไทย สายด่วน Call Center 1105 ที่จะเริ่มเปิดใช้ดำเนินงานอย่างเป็นทางการในเดือนมิถุนายน ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมพลิกฟื้นอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ

สำหรับการจัดกิจกรรมครั้งนี้ สสพ. ตั้งเป้าลูกค้ากลุ่มองค์กรที่จะกลับเข้ามาประชุมสัมมนา หลังจากกิจกรรมแฟมทริปคิดเป็นร้อยละ 15 ของกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรม หรือประมาณ 1,000 คน

ด้าน นายสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา นายกษมาคม ทีก้า กล่าวว่า การจัดกิจกรรมครั้งนี้ จะเป็นการช่วยพลิกฟื้นเศรษฐกิจเป็นการเร่งด่วน เพราะอุทกภัยครั้งนี้ก่อให้เกิดการสูญเสียโอกาสทางการตลาด โดยภาครัฐต้องสร้างความมั่นใจให้กลุ่มลูกค้ากลับมาใช้บริการโดยเร็ว

“นอกจากร่วมกับ สสพ. จัดกิจกรรมแฟมทริปแล้ว ทีก้าได้จัดสัมมนา ฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพและเตรียมความพร้อมแก่นักการตลาดไมซ์ของสมาชิก ซึ่งถือเป็นการพัฒนาระยะยาว โดยปีนี้มีแผนการทำงานในภาคใต้ 2-3 โครงการ รวมทั้งช่วยประชาสัมพันธ์ทางจดหมายข่าว หรือ TICA E-Newsletter โดยสมาชิกสามารถแจ้งข้อเสนอพิเศษ หรือโปรโมชั่นทางการตลาดแก่กลุ่มลูกค้า ตลอดจนการเผยแพร่แถลงการคำชี้แจงเป็นทางการต่างๆ จากภาครัฐทั้งกระทรวงต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สสพ. ซึ่งสมาชิกสามารถส่งต่อไปยังกลุ่มลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจโดยเร็ว”

ด้าน นางสาวเพ็ญศรี สุธีรศานต์ ผู้อำนวยการสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย กล่าวว่า สมาคมฯ ยินดีอย่างยิ่งที่จะเป็นกระบอกเสียงในการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกซึ่งมีจำนวนรวมกว่า 460 บริษัท ล้วนเป็นบริษัทที่มีศักยภาพซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พิจารณาจัดประชุมสัมมนาและกิจกรรมต่างๆ ในภาคใต้ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม

นายภูวดิต ปริชานนท์ ประธานหอการค้าจังหวัดกระบี่ กล่าวว่า แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ได้รับความเสียหายนอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภูเขาและน้ำตก แต่ภัยพิบัติดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยว และผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ เกิดความไม่มั่นใจในความปลอดภัย จึงยกเลิกการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยตัดสินใจไปเที่ยวในจังหวัดอื่นแทน

“จังหวัดต้องการความช่วยเหลือเร่งด่วนจากรัฐบาล คือ การสนับสนุนในส่วนของการมาตรการเงินกู้พิเศษที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อฟื้นฟูธุรกิจ ขณะเดียวกันก็ขอให้ภาครัฐช่วยเร่งรัดให้บริษัทประกันภัยจ่ายค่าสินไหมทดแทน แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ รวมถึงการฟื้นฟูภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่จังหวัดในด้านความปลอดภัยในการเข้ามาท่องเที่ยวและจัดประชุม สัมมนา” นายภูวดิต กล่าวทิ้งท้าย

ในปี 2554 สสพ. ได้ดำเนินโครงการ “ประชุมเมืองไทย D-MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายทั้งภาครัฐและเอกชนเห็นถึงความสำคัญของการจัดประชุมสัมมนา และการแสดงสินค้าภายในประเทศเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ สสพ. ตั้งเป้าว่า จะมีผู้เดินทางจัดประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ 2.5 ล้านคน สร้างรายได้ 17,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ที่มีจำนวนผู้เดินทางไมซ์ 2 ล้านคน ทำรายได้ 13,500 ล้านบาท

# TCEB JOINS WITH TICA TO ACCELERATE RECOVERY OF THE MICE INDUSTRY IN KRABI

## ORGANIZES PIONEER VOLUNTEER ACTIVITIES, TOP-TABLE SALES, AND FAM TRIP

The TCEB joined with the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) in organizing activities to restore the MICE industry in Krabi in the wake of the recent flooding and landslides in the province. The activities were run as part of the “D-MICE: Believe in Thailand” campaign by the top management of leading public and private organizations with the local press also taking part in the first volunteer activity. The bureau also organized Top-Table Sales and a Familiarization Trip to the affected area to help speed up MICE recovery in Krabi.

**A**kapol Sorasuchat, the TCEB's president, noted that the government rushed to assist those directly affected by the severe flooding and landslides in several cities in the south, particularly in Surat Thani, Krabi and Nakhon Si Thammarat provinces. However, many people still needed assistance from all sectors in recovering from the damage, including tourism operators and the MICE industry, both of which represent a major source of income for the country.

Recognizing the impact of the disaster on the tourism and MICE industries, especially in terms of safety issues, the TCEB teamed up with TICA in organizing activities to promote recovery. The bureau invited some 30 members of the Executive Development Program (EDP), to join the activities under the theme “Revitalize the MICE industry in Krabi” on April 29-30, 2011. The event aimed to assist affected residents as well as MICE operators.

Leading organizations that sent representatives to take part in the Familiarization Trip included the Stock Exchange of Thailand, Thai Listed Companies Association, Osotspa Co Ltd, Thaioil Ethanol, National Science and Technology Development Agency (NSTDA), Ayudha Fund Management, Siam Commercial NewYork Life Insurance, Mitsubishi Electric Kang Yong Watana, the Government Housing Bank, American Standard B&K (Thailand), and the Medical Association of Thailand under His Majesty the King's Patronage.

Two main activities appeared on the event program, the first aiming to help those who had lost jobs, income and businesses, especially in the MICE industry, as a result of the disaster. As part of the recovery measures, the bureau brought the EDP group and the media to inspect the readiness of the area to host the events. In a parallel initiative, the bureau held Top-Table sales opportunities for local MICE operators to meet the EDP group, and introduce their products and services. This activity is expected to encourage the organizations to hold meetings and incentives in the province.

The second volunteer activity served to express encouragement and consolation to the victims and contribute to the community, with the donation of three mobile toilets, plus over 4 tons of rice, dry foods, drinking water and essentials for daily life. The event was held in Baan Kuanphueng, Tambon Na Khao, Khao Phanom District, Krabi Province.

In addition, the bureau held a workshop to mobilize ideas, seek opportunities and set guidelines for the recovery of the MICE industry in Krabi and other southern provinces. The TCEB is offering a D-MICE package to support the MICE industry in the Southern region including in Krabi, which is a prime tourist destination for both domestic and international MICE travelers.

Furthermore, the TCEB has established new communications channels for customers to facilitate the recovery of the Thai MICE industry. These are the “Prachum Muang Thai Directory” (meetings in Thailand directory), which offers a database of meeting destinations in Thailand, and the Hot Line Call Center at 1105, which is operational in June.

As a result of this Familiarization Trip, the TCEB expects that 15 per cent of the participants will return to organise the events in the area, bringing about 1,000 MICE travelers to Krabi.

Sumate Sudasna, TICA's president, said this event would help with much needed economic recovery, as the severe flooding had caused a loss of market opportunities. It was essential that the government sector quickly regain client confidence.

“Besides joining with the TCEB to arrange the Fam Trip, TICA is also holding a seminar and workshop to develop potential and train MICE personnel for its members, which is part of our long-term development plan. This year, TICA has a few projects to enhance the MICE industry in the south including the TICA E-Newsletter, which will serve as a channel for members to publicize special offers or promotions for their clients. The newsletter will also include official announcements and statements by government agencies, such as the Ministry of Foreign Affairs, the Tourism Authority of Thailand, and the TCEB, which members can then forward to their clients. This should help bring confidence back,” said Sumate.

Pensri Suteerasam, president of the Thai Listed Companies Association, said that the association was pleased to help encourage members of more than 460 companies to organize meetings or events in the south in order to directly and indirectly support affected operators. All are potential corporations are listed on the Stock Exchange of Thailand and Market for Alternative Investment (MAI).

Phuvadit Preechanont, chairman of the Krabi Provincial Chamber of Commerce, said though the exception of some mountains and waterfalls, tourist attractions were not destroyed, the disaster caused tourists to cancel trips to Krabi and visit other destinations instead.

“The province's most urgent need from government is special financial support at a low interest rate so that business can recover. Meanwhile, the province also urges the government to help push the insurance companies to process indemnification to affected entrepreneurs. In addition, the government should be more active in restoring the image of the province and confidence in safety to both tourists and MICE travelers”, Phuvadit said.

During 2011, the TCEB is running the “D-MICE: Believe in Thailand” campaign to encourage target groups in both the public and private sectors to hold more meetings, seminars and incentives in the country. The TCEB has set a target of 2.5 million domestic MICE travelers, generating Bt13.5 billion.



# ไทยลงนามร่วมมือรัสเซีย เปิดสู่ทางขยายตลาดไมซ์

สสพ. ลงนามในข้อตกลงความร่วมมือกับ สภาธุรกิจไทย-รัสเซีย เมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา โดยมุ่งเน้นสร้างความเชื่อมั่น และการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยแก่ผู้เชี่ยวชาญ และสื่อมวลชนด้านไมซ์ของรัสเซีย รวมถึงการขยายโอกาสทางธุรกิจสำหรับตลาดไมซ์ไทยในรัสเซีย ในขณะที่เดียวกัน สสพ. ได้นำเสนอแคมเปญ ‘Believe in Thailand’ ตลอดปี 2554 โดยคาดว่า ตลาดไมซ์รัสเซียจะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 15 ในปีนี้

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. ได้ลงนามในความตกลงกับ นาย โทคาเรฟ วลาดิเมียร์ รองประธานสภาธุรกิจไทย-รัสเซีย ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมรัสเซีย เมื่อวันที่ 22 เมษายน ณ กรุงมอสโก ประเทศรัสเซีย ซึ่งเป็นการปูทางไปสู่การขยายความร่วมมือระหว่างสองประเทศใน 5 เรื่องได้แก่ พันธกิจความร่วมมือทางการค้าระหว่างสองประเทศ; การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการค้าและไมซ์ซึ่งกันและกัน; ถ่ายทอดความรู้ความชำนาญด้านการส่งเสริมการค้า; การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร; และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์จากรัสเซียมาจัดงานในประเทศไทย

“ปัจจุบัน รัสเซียเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทยในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออกและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช และเป็นอันดับที่ 21 ของโลก ซึ่งไทยกับรัสเซียยังคงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และมีความคล้ายคลึงกันหลายประการ สำหรับตลาดไมซ์ รัสเซียยังคงเป็นตลาดใหญ่และมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลง แม้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์จากรัสเซียจะมีอัตราการเติบโตลดลงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา แต่ไทยคาดหวังว่า ธุรกิจไมซ์จากรัสเซียจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ทั้งรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์” นายอรรถพลกล่าว

“ก่อนที่จะมีความร่วมมือในครั้งนี้ สภาธุรกิจไทย-รัสเซีย และ สสพ. ได้ทำงานร่วมกันเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจระหว่างสองประเทศ และ เราทั้งสองให้คำมั่นว่า จะบรรลุความสำเร็จในมาตรการความร่วมมือทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างมาก ซึ่งการลงนามในข้อตกลงนี้เป็นความร่วมมือล่าสุดในรอบข้อตกลงความร่วมมือด้านต่างๆ อันจะช่วยให้รัสเซียและไทยก้าวไปสู่ความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดกันมากขึ้น ตลอดอุตสาหกรรมไมซ์” นายโทคาเรฟ กล่าว

ตลาดไมซ์ยุโรปคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 11 ของจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มายังประเทศไทย หรือ 79,797 คน ซึ่ง สสพ. คาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์จากรัสเซียจะเพิ่มขึ้นเป็น 100,800 คน ในปีนี้ และสร้างรายได้ให้กับประเทศราว 6.3 พันล้านบาท ทั้งนี้ ตลาดไมซ์รัสเซีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.5 ของตลาดไมซ์จากยุโรปทั้งหมด

“จากสถิติพบว่า รัสเซียกำลังกลายเป็นตลาดที่สำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ในวันที่ สสพ. จึงถือโอกาสแนะนำแคมเปญใหม่ ‘Believe in Thailand’ ด้วย 5 แพคเกจจากรัฐบาล โดยหวังจะจูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากรัสเซียมายังประเทศไทยในปีนี้เป็นเพิ่มขึ้นกว่า 8,500 คน” นายอรรถพล กล่าว

สำหรับอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า สสพ. ได้สนับสนุนห้องพักรับรอง 1 คืน และสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับนักท่องเที่ยวไมซ์จากรัสเซีย และประเทศอื่นๆ ที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในไทย โดย แคมเปญ “Extra Night, Extra Smile” จะให้การสนับสนุนแก่กลุ่มผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าจากทุกประเทศทั่วโลกที่เข้าพักในประเทศไทยตั้งแต่ 2 คืนขึ้นไปจะได้รับสิทธิพักรับรองอีก 1 คืน ในโรงแรมที่เข้าร่วมโครงการ ส่วนสิทธิพิเศษอื่นๆ อาทิเช่น การจัดช่องทางด่วน (MICE LANE) สำหรับด้านตรวจคนเข้าเมือง และการอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทาง ณ สนามบินสุวรรณภูมิ ส่วนลดบัตรโดยสารรถไฟฟ้ามหานคร และ โทรศัพท์ระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญ



## THAILAND SIGNS MOU WITH RUSSIA TO EXPAND MICE MARKET

TCEB signed a Memorandum of Understanding with the Russian-Thai Business Council in April 2011 with the aim of building confidence and awareness among Russian MICE professionals and the media, as well as enhancing business opportunities for Thailand’s MICE market in the country. The Bureau also introduced the new promotional packages for 2011 under its “Believe in Thailand” campaign with the expectation of around 15 per cent growth in the Russian market this year.

TCEB President Akapol Sorasuchart signed the MoU with Vladimir Tokarev, Deputy Chairman of the Russian-Thai Business Council, on April 22, 2011 in Moscow to pave the way for greater cooperation between the two countries in five areas: bilateral trade missions, participation in each other’s trade and MICE events, expertise sharing in trade promotions, information exchange, and facilitation of MICE operators from Russia to Thailand.

“Today, Russia is Thailand’s number one trading partner in the Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States (CIS) market and is ranked 21 in the world. Thailand’s relationship with Russia remains close and our two countries share many similarities. In terms of the MICE market, Russia also remains a vast and varied prospective market for Thailand. Although Russian MICE numbers have shown negative growth over the past few years, Thailand expects to attract more MICE business from Russia, with 15 per cent growth in terms of revenue and visitors this year,” Akapol said.

“Prior to this collaboration, the Russian-Thai Business Council and TCEB have worked together to boost the economies of the two countries. We are both committed to achieving a large measure of economic integration. This MoU is the latest in a series of commitments that will help both Russia and Thailand to move closer towards economic integration throughout the MICE industry.”

The European MICE market represented around 11 per cent of the total MICE travelers to Thailand last year (79,797 visitors). It is expected to increase to 100,800 visitors this year, generating around Bt6.3 billion in revenue for the country. The Russian MICE market contributes around 8.5 per cent of the total European MICE market, said Tokarev.

“According to the statistics, Russia is an increasingly important market that helps drive Thailand’s MICE industry. Today, we are also here to announce our newly launched “Believe in Thailand” campaign with 5 new incentive schemes that aim to attract 8,520 more Russian MICE visitors to the country this year,” said Akapol.

In terms of the Exhibitions industry, TCEB is, in addition, offering one free night and extra privileges for Russian and other nationals attending trade shows in Thailand. TCEB’s “Extra Night, Extra Smile” campaign gives qualifying trade shows visitors a third night hotel stay for free when staying two nights at participating hotels. Other privileges, such as fast track immigration clearance at Bangkok Suvarnabhumi airport, discounts on the BTS Skytrain and discounted international phone calls, are also part of the “Extra Night, Extra Smile” campaign.