

THAILAND'S MICE INDUSTRY STRATEGY IN FY 2017

ทิศทางกลยุทธ์ไมซ์ไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐





๕๓

Chapter 1

Thailand MICE Strategic Direction 2017
Chapter 1 External and Internal Dynamics
สถานการณ์ภายนอกและสถานการณ์ภายใน

1.1 Global Economic Outlook 2016.....	5
ภาพรวมเศรษฐกิจโลกปี 2559	
1.2 Global Economic Outlook 2017.....	8
แนวโน้มเศรษฐกิจโลกปี 2560	
1.3 Thailand's Economic	14
Overview 2016	
ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2559	
1.4 Global MICE Industry 2017	16
แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2560	
1.5 Global MICE Industry	18
สถานการณ์ไมซ์โลก	
1.6 THAILAND MICE INDUSTRY	30
สถานการณ์ไมซ์ไทย	

Chapter 2

TCEB Direction and Strategy for
Fiscal Year 2016

ทิศทางและกลยุทธ์การดำเนินงานของ สสปบ.
ประจำปีงบประมาณ 2560

2.1 Global Market Trends	35
แนวโน้มการตลาดโลก	
2.2 Thailand MICE Strategy Trends	38
แนวโน้มทางด้านกลยุทธ์ไมซ์ไทย	

CONTENTS



๓

๔

Chapter 3

Marketing Strategies for Fiscal Year 2017
ทิศทางกลยุทธ์การตลาดประจำปีงบประมาณ 2560

- 3.1 Marketing Strategy 65
กลยุทธ์การตลาด
- 3.2 Thailand MICE Strategy 66
Trends
เป้าหมายทางการตลาด
- 3.3 Marketing Direction 2017 70
สรุปทิศทางการตลาดปี 2560

Chapter 4

TCEB's Strategic Direction, Action Plan and
Communications Direction 2017
ทิศทางกลยุทธ์ แผนงาน กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสาร
ของ สสป. ประจำปีงบประมาณ 2560

- 4.1 Bidding Strategic Plan (WIN)77
แผนงานด้านการประมูลสิทธิ์งานและดำเนินงาน
- 4.2 Plan to Promote the Image of92
Thailand's MICE Industry
(PROMOTE)
แผนงานด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์
- 4.3 TCEB'S Development Plan (DEVELOP) 96
แผนงานด้านการพัฒนา
- 4.4 Integrated Plan to Generate 100
Revenue from Tourism and Service
แผนงานบูรณาการการสร้างรายได้จาก
การท่องเที่ยวและบริการ
- 4.5 Branding Strategy and 104
Communication:
A strategic Plan 2017
ทิศทางการกลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสาร
ประจำปีงบประมาณ 2560



Thailand MICE Strategic Direction 2017

บทที่ 1 สถานการณ์ภายนอกและ สถานการณ์ภายใน

Chapter 1 External and Internal Dynamics

01

1.1

Global Economic Performance 2016

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกปี 2559

เศรษฐกิจประเทศสำคัญส่งสัญญาณการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องและมีความชัดเจนมากขึ้น โดยการขยายตัวที่เร่งขึ้นของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และจีน ในขณะที่กลุ่มประเทศยูโรโซนยังรักษาพลวัตการฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่อง การฟื้นตัวที่ชัดเจนมากขึ้นของประเทศสำคัญเมื่อรวมกับการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันและราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลก ส่งผลให้การส่งออกและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชียในภาพรวมปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น ในขณะที่แรงกดดันจากภาวะเงินฝืดลดลงและอัตราเงินเฟ้อปรับตัวเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ โดยเฉพาะในสหรัฐฯ ซึ่งอัตราเงินเฟ้อเข้าใกล้เป้าหมายนโยบายการเงินมากขึ้น และส่งผลให้ธนาคารกลางสหรัฐฯ ปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายครั้งที่สองในรอบ 9 ปี เช่นเดียวกับอัตราเงินเฟ้อในกลุ่มประเทศยูโรโซน และญี่ปุ่นที่เริ่มปรับตัวเข้าสู่แดนบวกอย่างชัดเจน แม้ว่าธนาคารกลางประเทศดังกล่าวจะยังรักษาการผ่อนคลาย นโยบายการเงินเพื่อรอสัญญาณการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่มีความชัดเจน

Economic indicators in key countries suggested a period of sustained recovery. This was particularly evident in the speeding up of economic expansion in the United States, Japan and China, while countries in the Eurozone continued to demonstrate the core dynamics of recovery during 2016.

Clear signs of recovery in the key countries were underscored by increases in oil and commodity prices in world markets resulting in overall positive adjustments and a healthier upturn in exports and economic expansion in Asia.

Pressure surged as inflation became the prominent trend pushing commodity prices upwards, especially in the US where monetary policy saw the Federal Reserve System (FED) adjust interest rates. Inflation in the Eurozone and Japan moved their economies into positive territory, while central banks were waiting for clear signs of economic recover as they monitored and maintained balance. There were mixed messages.



เศรษฐกิจสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 1.6 ชะลอลงจากร้อยละ 2.6 ในปี 2558 และเป็นการขยายตัวต่ำสุดในรอบ 5 ปี

The US economy grew by an unconvincing 1.6%, last year, shrinking from a 2.6% growth in 2015 and marking the lowest performance in the last five years.

เศรษฐกิจกลุ่มประเทศยูโรโซน ขยายตัวร้อยละ 1.7 เทียบกับร้อยละ 1.9 ในปีที่ผ่านมา

The economies of Eurozone countries expanded 1.7% in 2016 compared to 1.9% in 2015.

เศรษฐกิจญี่ปุ่น ขยายตัวร้อยละ 1.0 ชะลอลงจากร้อยละ 1.2 ในปีที่ผ่านมา

Japan's economy grew 1.0%, but it represented a deceleration from 1.2% in 2015.



เศรษฐกิจจีน ขยายตัวร้อยละ 6.7 ชะลอลงต่อเนื่องจาก ร้อยละ 6.9 ในปี 2558 และมีการขยายตัวต่ำสุดในรอบ 26 ปี นับตั้งแต่ปี 2533

China's economy expanded 6.7%, but constituted a slowdown from 6.9% in 2015, and represented the lowest growth rate in 26 years since 1990.

เศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียอื่นๆ ภาพรวมปรับตัวดีขึ้น ตามการส่งออกที่กลับมาขยายตัวสูงขึ้น โดยเศรษฐกิจ กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NIEs) หรือ Newly Industrializing Economies ส่วนใหญ่ปรับตัวดีขึ้นตาม การฟื้นตัวของเศรษฐกิจคู่ค้าสำคัญ ซึ่งส่งผลให้การส่งออกปรับตัวดีขึ้น ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ด้านเศรษฐกิจกลุ่มประเทศอาเซียน การส่งออกปรับตัวดีขึ้นแต่การขยายตัวทางเศรษฐกิจของบางประเทศ ชะลอตัวลง

Overall, economic conditions in other Asia countries, improved due to a growth in exports particularly from the so-called Newly Industrialising Economies (NIEs) countries. They performed better mainly due to an improved economic outlook among key trading partners that helped to raise demand for exports, although it came with some inflationary trends.

Overall, ASEAN region economies improved on the back of increased exports, but the economic growth of some of the bloc's key member countries slowed down.

Economic Growth

USA

1.6

Eurozone

1.7

Japan

1.0

China

6.7

Overall, ASEAN

6.7

1.2

Global Economic Outlook 2017

แนวโน้มเศรษฐกิจโลกปี 2560

ในปี 2560 เศรษฐกิจโลกคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.3 เร่งขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 3.1 ในปี 2559 ตามการขยายตัวเร่งขึ้นของเศรษฐกิจสหรัฐฯ และการปรับตัวดีขึ้นของเศรษฐกิจกลุ่มประเทศยูโรโซน ญี่ปุ่น อินเดีย และประเทศสำคัญอื่นๆ ในขณะที่เศรษฐกิจจีนชะลอตัวลง การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกส่งผลให้ราคาสินค้าในตลาดโลกปรับตัวเพิ่มขึ้นในขณะที่แรงกดดันจากภาวะเงินฝืดสิ้นสุดลง เงื่อนไขดังกล่าวทำให้ธนาคารกลางสหรัฐฯ มีแนวโน้มปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ธนาคารกลางอื่นๆ มีแนวโน้มคงอัตราดอกเบี้ยไว้ในระดับเดียวกับปีที่ผ่านมา ซึ่งจะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดโลกเริ่มปรับตัวเข้าสู่ช่วงขาขึ้น และเงินดอลลาร์สหรัฐฯ มีแนวโน้มแข็งค่าเมื่อเทียบกับเงินสกุลหลักอื่น แม้กระนั้นก็ตาม การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและการเคลื่อนย้ายเงินทุนยังมีความเสี่ยงที่จะผันผวนตามทิศทางการดำเนินนโยบายของสหรัฐฯ เงื่อนไขทางการเมืองและผลการเลือกตั้งของประเทศสำคัญในยุโรป ผลการเจรจาและแนวโน้มความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างสหราชอาณาจักรกับสหภาพยุโรป ความคืบหน้าของการแก้ไขปัญหากรีซ รวมทั้งปัญหาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของจีนและความอ่อนแอของภาคการเงินในยุโรป

In 2017, the world economy is estimated to expand 3.3% accelerating from a 3.1% growth rate in 2016. Key drivers are likely to be a speeding up of economic expansion

in the United States, stronger economic recovery in Eurozone countries, Japan, India and other countries. Meanwhile, China's economy will continue to slow. Overall world economic recovery will result in commodity prices rising in world markets, while deflationary pressure will be contained. More than likely, such conditions will encourage the US Fed to raise interest rates, while other central banks will keep interest rates on hold at the same level as last year. In the long term, global interest rates will adjust to US FED increases, while the US dollar will strengthen versus other major currencies. Nevertheless, global economic recovery and capital flows will also be vulnerable to fluctuations possibly in response to US policy, political conditions and the results of European elections later in the year. Outcomes of trade negotiations and the prospect of changes in economic relations between the United Kingdom and the EU should be watched carefully. Other factors include the progress, or lack of it, resolving the financial crisis in Greece and the weakness of the financial sector in Europe as well as concerns over the long-term economic stability of China.

THE US ECONOMY เศรษฐกิจสหรัฐฯ

เศรษฐกิจสหรัฐฯ จะขยายตัวร้อยละ 2.2 เร่งขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 1.6 ในปี 2559 ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนหลักจากการปรับตัวดีขึ้นของภาวะการจ้างงานและการเพิ่มขึ้นของราคาหลักทรัพย์ซึ่งส่งผลให้การใช้จ่ายภาคครัวเรือนปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการขยายตัวเร่งขึ้นของการลงทุนภาคเอกชนโดยเฉพาะการลงทุนในสาขาอสังหาริมทรัพย์และการขุดเจาะน้ำมัน นอกจากนี้ ความคืบหน้าของการดำเนินนโยบายด้านภาษีและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของ ประธานาธิบดี Donald Trump ยังเป็นปัจจัยบวกเพิ่มเติม (Upside risks) ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งคาดว่าจะทำให้อัตราการกลางสหรัฐฯ มีแนวโน้มที่จะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างต่อเนื่องในช่วงกลางปีและปลายปี 2560 อย่างไรก็ตาม การขยายตัวทางเศรษฐกิจยังมีปัจจัยเสี่ยงด้านลบจากการดำเนินนโยบายในกลุ่มมาตรการการกีดกันการค้าการลงทุนและด้านแรงงาน

The US economy will increase by 2.2%, accelerating from a 1.6% expansion recorded in 2016. Inflation will rise slowly driven by improving employment conditions and increasing stock prices. These factors will contribute to improve household spending as well as encouraging an expansion of private investment especially investment in real estate and oil exploration. In addition, progress in implementing the Trump administration's tax policy and infrastructure development will have a positive impact on economic growth and is likely to prompt the Fed to raise interest rates in the second or last quarter of the year. However, there will be negative risks impacting on economic growth such as policy measures that could discourage trade, investment and labour.



Source : Office of the National Economics and Social Development Board

THE EUROZONE ECONOMY

เศรษฐกิจกลุ่มประเทศยูโรโซน

เศรษฐกิจกลุ่มประเทศยูโรโซน คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 1.6 ต่อเนื่องจากร้อยละ 1.7 ในปี 2559 ในขณะที่เงินเพื่อเริ่มทรงตัวและปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากนโยบายการเงินที่ยังอยู่ในภาวะผ่อนคลายและแรงขับเคลื่อนทางการคลังเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ธนาคารกลางยุโรปยังมีแนวโน้มคงมาตรการการเงินไว้ในระดับเดียวกับปีก่อนหน้า แม้กระนั้นก็ตามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจยังได้รับผลกระทบจากการเจรจาเพื่อขอแยกตัวจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักรและมีปัจจัยเสี่ยงเพิ่มเติมจากเงื่อนไขทางการเมืองที่มีความเกี่ยวพันกับความคืบหน้าของการแก้ไขปัญหาสถาบันการเงิน การปฏิรูปเศรษฐกิจ และความเปราะบางของกลุ่มยูโรโซน โดยเฉพาะเงื่อนไขทางการเมืองในอิตาลีที่อาจนำไปสู่การเลือกตั้งภายในปี 2560 รวมทั้งผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีฝรั่งเศสในเดือนเมษายนและพฤษภาคม และการเลือกตั้งเยอรมนีในช่วงเดือนสิงหาคม – ตุลาคม 2560 ซึ่งผู้สมัครและพรรคการเมืองที่ต่อต้านการปฏิรูปเศรษฐกิจและสนับสนุนการแยกตัวออกจากยุโรปได้รับคะแนนนิยมมากขึ้น

The Eurozone's economy is expected to grow by 1.6% this year a slight decline from the 1.7% growth last year. Inflation will remain stable although it could begin to rise, driven by monetary policy, which encourages investment. The European Central Bank is likely to keep its current financial measures in place. Nevertheless, economic recovery will be affected by the United Kingdom's negotiations on its withdrawal from the European Union. There are also risks involving political conditions that could impact on financial institutions and economic reforms and in the long-run challenge the unity of the Eurozone. This is particularly relevant to political conditions playing out in Italy that could lead to elections this year. French presidential elections in April and May and elections in Germany, August to October, will be closely contested. Political parties that oppose economic reform and support secession from the EU are emerging as strong contenders and are likely to gain more popularity.

THE CHINA ECONOMY

เศรษฐกิจจีน

เศรษฐกิจจีน คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 6.5 ชะลอลงจากร้อยละ 6.7 ในปี 2559 สอดคล้องกับนโยบาย การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการแก้ไขปัญหาในภาคการเงินซึ่งทำให้การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมีแนวโน้ม

The Chinese economy is expected to expand 6.5%, down from 6.7% in 2016 in line with a policy to restructure the economy and resolve problems in the financial

ชะลอตัว อย่างไรก็ตาม การขยายตัวทางเศรษฐกิจในปี 2560 ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของภาคธุรกิจในประเทศและการอ่อนค่าของเงินหยวนซึ่งทำให้การส่งออกและการผลิตภาคอุตสาหกรรมปรับตัวดีขึ้น แม้กระนั้นก็ตาม การขยายตัวทางเศรษฐกิจและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจยังมีปัจจัยเสี่ยงจากทิศทางการดำเนินนโยบายของสหรัฐฯ ปัญหาการไหลออกของเงินทุนท่ามกลางการคาดการณ์การอ่อนค่าของเงินหยวนและการลดลงของทุนสำรองเงินตราระหว่างประเทศ รวมทั้งปัญหาในภาคการเงินและภาคอสังหาริมทรัพย์

sector. This will slow down investments in fixed assets. However, economic growth, this year, will be supported by the expansion of domestic consumption, the depreciation of the yuan, which will in turn encourage an expansion of exports and industrial production. Nevertheless, the economic growth and economic stability will also bring risks mainly from possible changes in US policy, capital outflow, issues amid speculation linked to the depreciation of the yuan, a decline of foreign exchange reserves and problems in financial and real estate sectors.

THE JAPAN ECONOMY เศรษฐกิจญี่ปุ่น

เศรษฐกิจญี่ปุ่น ในปี 2560 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 1.2 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 1.0 ในปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากมาตรการกระตุ้นทางการคลัง วงเงิน 28 ล้านล้านเยน ที่เน้นการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน และการช่วยเหลือภาคธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การแข็งค่าของเงินเยนยังเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการฟื้นตัวของภาคส่งออกและการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม ในขณะที่การเพิ่มขึ้นของระดับราคาสินค้า ในประเทศยังมีอุปสรรคจากความอ่อนแอของอุปสงค์ในประเทศภายใต้แนวโน้มดังกล่าว ธนาคารกลางญี่ปุ่น มีแนวโน้มคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายและมาตรการเข้าซื้อสินทรัพย์ไว้ที่ระดับเดิม

The Japanese economy is expected to grow by 1.2%, this year, improving from 1.0% in 2016. It will be supported by financial stimulus measures worth 28 trillion yen that will focus on infrastructure investment and helping the business sector growth. However, the yen appreciation could emerge as a risk factor with regards to the recovery of exports and the expansion of industrial production. Also, weakening domestic demand may slow rising commodity prices. These conditions could encourage Japan's central bank to intervene in interest rates and introduce asset purchase measures.

ECONOMIC TRENDS IN NIEs เศรษฐกิจกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NIEs)

เศรษฐกิจกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NIEs) มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ ตามการขยายตัวของอุปสงค์ภายในประเทศและแนวโน้มการขยายตัวของการส่งออก โดยคาดว่าเศรษฐกิจเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์ จะขยายตัวร้อยละ 3.0 ร้อยละ 2.0 ร้อยละ 2.5 และร้อยละ 2.2 เติบโตขึ้นจากร้อยละ 2.7 ร้อยละ 1.5 ร้อยละ 1.5 และร้อยละ 1.8 ในปี 2559 ตามลำดับ เช่นเดียวกับเศรษฐกิจกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งการส่งออกมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ประเทศคู่ค้า และการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ในตลาดโลก ในขณะที่อุปสงค์ในประเทศยังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง คาดว่าเศรษฐกิจอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนามจะขยายตัวร้อยละ 5.4 ร้อยละ 4.6 ร้อยละ 6.0 และ ร้อยละ 6.5 เทียบกับร้อยละ 5.0 ร้อยละ 4.2 ร้อยละ 6.8 และร้อยละ 6.2 ในปี 2559 ตามลำดับ

Economic trends in NIEs countries will encourage moderate growth in domestic demand and exports. It is estimated the economies of South Korea, Taiwan, Hong Kong and Singapore will expand 3.0%, 2.0%, 2.5% and 2.2%, this year, increasing from 2.7%, 1.5%, 1.5% and 1.8% last year respectively. ASEAN's economy and exports are likely to improve following improvements in the economies of trading partners and the increase in commodity prices in global markets. An expansion in domestic demand is also likely to be a positive factor in the region. The economies of Indonesia, Malaysia, the Philippines and Vietnam are projected to expand at 5.4%, 4.6%, 6.0% and 6.5%, this year, compared to 5.0%, 4.2%, 6.8% and 6.2% in 2016 respectively.

THAILAND ECONOMY 2016 เศรษฐกิจไทยในปี 2559

เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 3.2 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับการขยายตัว ร้อยละ 2.9 ในปี 2558 โดยการบริโภคภาคครัวเรือน การลงทุนภาครัฐ และการลงทุนภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 3.1 ร้อยละ 9.9 และร้อยละ 0.4 ตามลำดับ มูลค่าการส่งออกสินค้าทรงตัวที่ร้อยละ 0.0 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยร้อยละ 0.2 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุล ร้อยละ 11.4 ของ GDP

Thailand's economy expanded 3.2%, last year, compared with an increase of 2.9% in 2015. Household consumption, public investment and private investment expanded 3.1%, 9.9% and 0.4% respectively. The value of exports remained unchanged at 0.0%, average general inflation at 0.2% and the current account surplus at 11.4% of GDP.



1.3

Thailand's Economic Overview 2016

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2559

การใช้จ่ายภาคครัวเรือน

การใช้จ่ายภาคครัวเรือน ขยายตัวร้อยละ 3.1 ปรับตัวดีขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 2.2 ในปี 2558

Households spending

Households spending grew 3.1% improving from 2.2% in 2015.

การลงทุนรวม

การลงทุนรวม ขยายตัวร้อยละ 2.8 โดยการลงทุนภาครัฐขยายตัวร้อยละ 9.9 และการลงทุนภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 0.4 มูลค่าการขอรับส่งเสริมการลงทุนผ่านคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) อยู่ที่ 584.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 172.1

Overall investment

Overall investment increased 2.8%, of which public investment expanded 9.9% and private investment grew 0.4%. The value of investment through the Board of Investment (BOI) stood at THB584.4 billion, up 172.1%.

การส่งออก

การส่งออก มีมูลค่า 214,112 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทรงตัวที่ร้อยละ 0.0 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับการลดลงร้อยละ 5.6 ในปี 2558 โดยปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 ในขณะที่ราคาสินค้าส่งออกลดลง ร้อยละ 0.1 และเมื่อคิดในรูปของเงินบาท การส่งออกมีมูลค่า 5,623 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 เทียบกับการลดลงร้อยละ 0.4 ในปี 2558

Exports

Exports valued at USD214,112 million were unchanged at 0.0%, but it was an improvement when compared with a decline of 5.6% in 2015. Export volume increased 0.1%, while export prices fell 0.1%. Calculated in terms of the Thai baht, exports valued at THB5,623 billion up 3.3% when compared to a decline of 0.4% in 2015.

การนำเข้า

การนำเข้ามีมูลค่า 178,359 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.7 เทียบกับการลดลงร้อยละ 10.6 ในปี 2558 โดยปริมาณและราคานำเข้าลดลงร้อยละ 2.2 และร้อยละ 2.7 ตามลำดับ และเมื่อคิดในรูปของเงินบาท มูลค่าการนำเข้าลดลงร้อยละ 1.8 เทียบกับการลดลงร้อยละ 5.8 ในปี 2558

Imports

Imports valued at USD178,359 million decreased 4.7% compared to 10.6% in 2015. Imports volume and price declined 2.2% and 2.7% respectively. In terms of the Thai baht, imports decreased 1.8% compared with a decline of 5.8% in 2015.

การผลิตสาขาเกษตรกรรม

การผลิตสาขาเกษตรกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 ดัชนีราคาสินค้าเกษตรและดัชนีรายได้เกษตรกร เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0 และร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

การผลิตสาขาอุตสาหกรรม

การผลิตสาขาอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 อัตราการใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 65.64

การผลิตสาขาก่อสร้าง

การผลิตสาขาก่อสร้างขยายตัวร้อยละ 8.3 โดยการก่อสร้างภาครัฐและการก่อสร้างภาคเอกชน ขยายตัวร้อยละ 14.0 และร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

การผลิตสาขาโรงแรมและภัตตาคาร

การผลิตสาขาโรงแรมและภัตตาคารขยายตัวร้อยละ 10.3 โดยรายรับรวมจากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2,510.8 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.1 แบ่งเป็นรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1,641.3 พันล้านบาท และรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 869.5 พันล้านบาท และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 66.60

สาขาขนส่งและคมนาคม

สาขาขนส่งและคมนาคมขยายตัวต่อเนื่อง โดยเป็นผลจากการขยายตัวทั้งบริการขนส่งและบริการโทรคมนาคม รวมทั้งปี 2559 สาขาขนส่งและคมนาคมขยายตัวร้อยละ 5.5

การจ้างงาน

การจ้างงานรวมลดลงตามการลดลง ทั้งการจ้างงานภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร ในขณะที่อัตราว่างงานยังอยู่ในระดับต่ำเฉลี่ยทั้งปี 2559 มีผู้ว่างงานจำนวน 3.8 แสนคน คิดเป็นอัตราว่างงานร้อยละ 1.0

Agricultural production

Agricultural production increased by 0.6% and the agricultural products price index and agriculturist income index improved 4.0% and 2.8%.

Industrial production

Industrial production increased by 1.4%, the production index rose 0.4% and the average capacity utilization rate stood at 65.64%.

Production in the construction

Production in the construction sector grew by 8.3%, of which public and private constructions increased 14.0% and 1.1% respectively.

Hotel and restaurant

Hotel and restaurant sectors expanded their business by 10.3%, of which overall tourism generated THB2,510.8 billion in revenue, an increase of 11.1%. Of that total, THB1,641.3 billion came from international travel and THB869.5 billion from domestic travel. The average hotel occupancy rate stood at 66.60%.

Transportation and communication

Transportation and communication continued to expand, growing by 5.5% in 2016.

Employment

Employment decreased across both agricultural and non-agricultural employment sectors. The unemployment rate of 1.0% was still low, with the annual average unemployment figure in 2016 standing at 380,000 people.



1.4

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2560

เศรษฐกิจไทยในปี 2560 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0 – 4.0 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจากการขยายตัวร้อยละ 2.9 และ 3.2 ในปี 2558 และ 2559 ตามลำดับ ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของภาคการส่งออกที่มีความชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมและการลงทุนภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้น เช่นเดียวกับการผลิตภาคเกษตรที่มีแนวโน้มขยายตัวเร่งขึ้นหลังจากปัญหาภัยแล้งสิ้นสุดลง ซึ่งจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้รายได้และการใช้จ่ายของครัวเรือนในภาคเกษตรปรับตัวดีขึ้น รวมทั้งแรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐที่ยังอยู่ในเกณฑ์สูงอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา และรายได้จากการท่องเที่ยว

ที่ยังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดี สำหรับเสถียรภาพทางเศรษฐกิจยังมีแนวโน้มอยู่ในเกณฑ์ดี โดยอัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น ตามแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันและการฟื้นตัวของอุปสงค์ในประเทศ ในขณะที่การจ้างงานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของการผลิตภาคเกษตร และดุลบัญชีเดินสะพัดยังคงเกินดุลในเกณฑ์สูง ทั้งนี้ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การเคลื่อนย้ายเงินทุนที่อาจเกิดขึ้นจากทิศทางการดำเนินนโยบายของสหรัฐฯ เงื่อนไขทางการเมืองในยุโรป การเจรจาระหว่างสหราชอาณาจักรกับสหภาพยุโรป รวมทั้งปัญหาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของจีน ความเป็นผู้นำของการแก้ไขปัญหากรีซ และความอ่อนแอของภาคการเงินในประเทศยุโรป



Thailand's Economic Outlook 2017

The Thai economy in 2017 is expected to grow by 3.0% to 4.0%, improving from a 2.9% and 3.2% growth in 2015 and 2016. Improved exports are expected to be the stimulus supporting recovery. This will act as a driving force for industrial production and private investment. Agricultural production is now likely to accelerate as long periods of drought have ended. This should help to improve household income and spending. Also, an expansion of public spending and investment will continue at a higher level than in 2015, while revenue from tourism will continue to expand. The outlook for economic stability is positive. Inflation is likely to increase following rising oil prices

and an increase in domestic demand. Meanwhile, employment is likely to increase based on the recovery of agricultural production, while the current account surplus should remain high. However, the recovery of the Thai economy is also subject to volatility and risks, mainly from outside factors. They focus on whether global economic recovery is sustainable, the possible capital mobility linked to US policy directives, political conditions in Europe and BREXIT negotiations between the UK and the EU. The economic stability of China remains a concern and progress resolving the Greece debt crisis as well as addressing the weakness of the financial sector in Europe are issues to watch.

1.5

Global MICE Industry

Market Overview of Corporate Meetings and Incentives

สถานการณ์โมซโกล

ภาพรวมตลาดการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meetings and Incentives)

จากข้อมูลของ 2016 GBTA Global BTI Outlook สำหรับภาพรวมการเติบโตของประเทศต่างๆ ในโลกของการเดินทางกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2559-2563) คาดว่าประเทศที่จะมีการเติบโตสูง ได้แก่ อินเดีย อินโดนีเซีย ตุรกี และจีน ส่วนประเทศที่มีการเติบโตในระดับปานกลาง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และยุโรป

จากข้อมูล Society for Incentive Travel Excellence (SITE) Index Benchmark Study และ BridgeStreet Hospitality Bleisure Study แสดงให้เห็นแนวโน้มในการเดินทางเชิงธุรกิจในอนาคตด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลว่าการจัดโปรแกรมการประชุมองค์กรมักจะต้องมีการบรรจุกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคม (CSR) ไว้ด้วยเสมอ และมีแนวโน้ม Work Along with Play หรือ Business Travel with Pleasure (Bleisure) คือ การเดินทางเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มีแนวโน้มที่อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางที่ต้องคำนึงถึง คือ ระยะเวลาการเดินทางที่สั้นลง กิจกรรมในโปรแกรมน้อยลง และเลือกจุดหมายปลายทางที่มีความคุ้มค่าในการใช้งบประมาณ (ROI) มากขึ้น ทำให้ผู้จัดงานและผู้ประกอบการต้องพัฒนาการบริการให้สนองต่อข้อจำกัดเหล่านี้มากขึ้น

นอกจากนี้ จากการสำรวจข้อมูลระบุใน 2017 Global Meetings and Events Forecast, American Express มีประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม ได้แก่

In its five-year forecast, the 2016 GBTA Global BTI Outlook on Meetings and Incentives Trends (2016 to 2020), notes India, Indonesia, Turkey and China will have a high positive growth in the MICE segment, while the growth in the US and Europe will be moderate.

According to the Society for Incentive Travel Excellence (SITE) Index Benchmark Study and the BridgeStreet Hospitality Bleisure Study, meetings and incentives segment trends indicate that the organisation of corporate meetings often requires social activities (CSR). They often include work-and-play content described as business travel with leisure (Bleisure), a trip focused on business activities, but featuring additional leisure content. However, there are factors that impact on these considerations such as shorter travel time, cuts to event programmes and bids from more cost-effective destinations (ROI) that encourage organisers and entrepreneurs to adapt content to meet limited budget conditions.

In addition, the 2017 Global Meetings and Events Forecast, American Express report identifies key market trends. They are:

ระยะเวลาการพำนัก

ในปี 2560 นี้ ระยะเวลาการพำนักของนักเดินทางกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จะยังคงทรงตัวโดยมีการประชุมน้อยกว่า 12 ชั่วโมง และมีระยะเวลาการพำนักเฉลี่ย 3-3.5 วัน ทุกภูมิภาค ด้านตลาดยุโรปคาดว่านักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะเดินทางพำนักลดลงครึ่งวัน ในขณะที่อเมริกากลางและอเมริกาใต้มีระยะเวลาการพำนักยาวนานกว่าในปีที่ผ่านมา โดยภาพรวมคาดการณ์ว่าในปี 2560 ระยะเวลาการพำนักของนักเดินทางกลุ่มประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะลดลงทุกประเภท

ค่าใช้จ่ายต่อหัว

คาดว่านักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงสุด จากการที่องค์กรให้รางวัลกับผู้ที่ทำยอดขายสูง ส่วนนักเดินทางกลุ่มการจัดประชุมนานาชาติมีค่าใช้จ่ายต่อหัวที่สูงเป็นอันดับสองในทุกภูมิภาค ยกเว้นอเมริกากลางและอเมริกาใต้ที่มีแนวโน้มการวางแผนค่าใช้จ่ายต่อหัวลดลง ด้านนักเดินทางกลุ่มสัมมนาและประชุมในองค์กรมีแนวโน้มการใช้จ่ายลดลง โดยภาพรวมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวในอเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชียแปซิฟิกอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในอเมริกากลางและอเมริกาใต้สูงขึ้น คาดว่าเป็นผลจากการพำนักในโรงแรมระดับสูงขึ้น อาทิ รีสอร์ท หรือที่พำนักหรูหรานาย่านศูนย์กลางของภูมิภาค

Length of stay

In 2017, length of stay for meeting and incentive travellers should remain steady with less than 12 hours of meeting content spread over a global average stay of 3 to 3.5 days. Meetings in the European market may see a reduction in event duration of half a day, while events in Central and South America will have a longer stay than in the past year. Overall, it is projected that in 2017 the length of stay of meeting and incentive travellers will suffer cuts in all categories.

Spending per head

It is expected that incentive travel will generate the highest expenditure due to organisations offering generous rewards to sales executives who hit the highest sales targets. International convention travellers will provide the second highest spend in all regions except for Central and South America where the trend is to reduce spend per head. Seminar and meeting travellers tend to spend less. The average spend will be similar in North America, Europe and Asia Pacific while Central and South America will spend more due to a preference for higher-end hotels, such as resorts or luxury residences in key destinations in the region.

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกสถานที่ประชุม

ในการเดินทางเข้าร่วมประชุมสัมมนา นักเดินทางกลุ่มไมซ์พิจารณาจากหลายปัจจัยในการเลือกใช้สถานที่จัดประชุม เช่น ประสิทธิภาพการเดินทางและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยหลักด้านความสะดวกในการเดินทาง และ ความปลอดภัย การคมนาคมที่สะดวกจึงเป็นปัจจัยเด่นในการเลือกสถานที่ประชุม ความกังวลด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบสูง โดยนักเดินทางกลุ่มไมซ์ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคำนึงถึง 48% ยุโรป อเมริกากลาง และอเมริกาใต้ 27-28% นอกจากนี้นักเดินทางกลุ่มไมซ์ภูมิภาคยุโรป 26% คำนึงถึงปัจจัยด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ

Key factors on venue and destination selection seminars

MICE travellers consider many factors when choosing a meeting venue such as the travel experiences, the possibility to participate in activities, convenience and safety. Convenient transportation is a key fact or when choosing a meeting venue. Safety concerns are also high on the agenda. For example, 48% of Asia Pacific MICE travellers worry about safety, 27-28% of Europe, Central America and South America MICE travellers also concern about safety factor, 26% of European MICE travellers are concerned about economic and political security when evaluating venues.





Market Overview of Conventions

ภาพรวมตลาดการประชุมนานาชาติ

จากสถิติการประชุมนานาชาติของ International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่าตลอดช่วงระยะเวลาหลายสิบปี ภูมิภาคยุโรปเป็นภูมิภาคที่ได้ส่วนแบ่งตลาดในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุดตลอดมา โดยหากพิจารณาเป็นรายประเทศจะพบว่าสหรัฐฯ เป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในการจัดประชุมนานาชาติตลอดหลายปีที่ผ่านมา โดยมีเยอรมัน, อังกฤษ, สเปน, และฝรั่งเศส เป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมรองลงมา

According to the International Congress and Convention Association (ICCA) statistics for 2015, Europe remained the top region supplying the largest share of all international conventions. This trend has remained unchanged for decades. When considering individual countries, traditionally the United States is the most popular venue for international conferences, followed by Germany, UK, Spain and France.



ในปี 2558 สหรัฐฯ มีการจัดการประชุมนานาชาติมากที่สุดเป็นอันดับ 1 กล่าวคือ มีการจัดประชุมถึง 925 ครั้ง อันดับที่ 2 คือเยอรมัน มีการจัดประชุม 667 ครั้ง และรองลงมาคือ อังกฤษ, สเปน, และฝรั่งเศส ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 3-5 มีการจัดประชุม 582 ครั้ง, 572 ครั้ง และ 522 ครั้ง ตามลำดับ สำหรับประเทศในเอเชียที่ได้รับความนิยมใน 30 อันดับแรกของโลกในปี 2558 ได้แก่ ญี่ปุ่น อันดับที่ 7, จีน อันดับที่ 8, เกาหลีใต้ อันดับที่ 13 ขณะที่ประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 27 ของโลก

In 2015, the United States led the global top-five chart by hosting 925 international conventions. It was followed by Germany with 667 events, UK 582 events, Spain 572 events and France 522 events. Asian destinations that performed well in the 2015 global top 30, included Japan seventh place, China eighth and South Korea 13th. Thailand was ranked 27th globally and fifth in Asia.

Worldwide Country Ranking: Number of meetings per country

	Country	2011	2012	2013	2014	2015	Share (%)
1	U.S.A	759	813	829	831	925	7.66%
2	Germany	577	619	722	659	667	5.52%
3	United Kingdom	434	477	525	543	582	4.82%
4	Spain	463	550	562	578	572	4.74%
5	France	428	469	527	533	522	4.32%
6	Italy	363	390	447	452	504	4.17%
7	Japan	233	341	342	337	355	2.94%
8	China - PR	302	311	340	332	333	2.76%
9	Netherlands	291	315	302	307	333	2.76%
10	Canada	255	273	290	265	308	2.55%
11	Brazil	304	360	315	291	292	2.42%
12	Portugal	228	213	249	229	278	2.30%
13	Republic of Korea	207	229	260	222	267	2.21%
14	Austria	267	278	244	287	258	2.14%
15	Australia	204	253	231	260	247	2.05%
16	Belgium	179	194	214	187	216	1.79%
17	Sweden	195	233	238	238	216	1.79%
18	Turkey	159	179	221	190	211	1.75%
19	Denmark	140	185	161	164	204	1.69%
20	Switzerland	240	241	205	226	194	1.61%
21	Poland	165	150	170	161	193	1.60%
22	Mexico	175	163	158	165	184	1.52%
23	Argentina	186	202	223	191	181	1.50%
24	Singapore	142	150	175	142	156	1.29%
25	Czech Republic	122	131	145	146	154	1.28%
26	Greece	127	114	100	148	152	1.26%
27	Thailand	101	150	136	118	151	1.25%
28	Norway	138	161	136	114	144	1.19%
29	Finland	163	174	171	162	141	1.17%
30	Colombis	113	138	139	150	138	1.14%
	Others	2,410	2,700	2,908	2,877	3,000	24.84%
	Total	10,070	11,156	11,685	11,505	12,078	100.00%

Source : ICCA Statistics Report 2015, International Congress and Convention Association (ICCA)



จากสถิติของ ICCA ในปี 2558 พบว่าประเทศในภูมิภาคเอเชียที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ญี่ปุ่น รองลงมา คือ จีนและเกาหลีใต้ ส่วนประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 5 ของภูมิภาค

According to the ICCA report, Japan was the most popular Asian venue in 2015 followed by China and South Korea. Thailand ranked fifth in Asia.

TOP 10 ASIAN COUNTRIES ORGANISING INTERNATIONAL CONVENTIONS IN 2015

Rank	Country	Number of International Conventions
1	Japan	355
2	China - PR	333
3	Republic of Korea	267
4	Singapore	156
5	Thailand	151
6	India	132
7	Chinese Taipei	124
8	Malaysia	113
9	Hong Kong, China PR	112
10	Indonesia	78

Source : ICCA Statistics Report 2015, International Congress and Convention Association (ICCA)



จากสถิติของ ICCA ในปี 2558 พบว่าเมืองในเอเชียที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ สิงคโปร์ รองลงมา คือ กรุงโซล และฮ่องกง โดยมีกรุงเทพฯ, เชียงใหม่ และพัทยาได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4, อันดับที่ 34 และอันดับที่ 56 ของทวีปเอเชีย ตามลำดับ

According to ICCA data, Singapore was the most popular city to host conventions in 2015 followed by Seoul and Hong Kong. Bangkok, Chiang Mai and Pattaya ranked in fourth, 34th and 56th respectively.

TOP 10 CITIES IN ASIA ORGANISING ASSOCIATION MEETINGS 2011 TO 2015

Rank	Country	2011	2012	2013	2014	2015
1	Singapore	142	150	175	142	156
2	Seoul	99	100	125	99	117
3	Hong Kong	77	96	89	98	112
4	Bangkok	70	105	93	73	103
5	Beijing	111	109	105	104	95
6	Taipei	83	80	78	92	90
7	Tokyo	50	69	79	90	80
8	Kuala Lumpur	78	69	68	79	73
9	Shanghai	72	64	72	73	55
10	Kyoto	29	61	43	47	45
34	Chiang Mai	17	17	10	12	16
56	Pattaya	7	8	8	9	10

Source : ICCA Statistics Report 2015, International Congress and Convention Association (ICCA)

ภาพรวมตลาดงานแสดงสินค้านานาชาติ Market Overview of Exhibitions

แนวโน้มการจัดการแสดงสินค้าในระดับโลก จะมีการขยายหรือทดแทนด้วยงานในระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศมากขึ้น ผู้จัดงานระดับนานาชาติจะมีการดำเนินการในลักษณะพันธมิตรกับผู้จัดงานในท้องถิ่นมากขึ้น ทั้งในลักษณะที่เป็นการควบรวมกิจการ (M&A: Merger & Acquisition) โดย Theme/Topic หรือแนวคิดหัวข้อการจัดงานจะสอดคล้องกับการเติบโตของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม แต่จะมีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมที่ครบวงจร ทั้งการประชุม และการแสดงสินค้า และนิทรรศการด้วยกันในงานเดียว การคำนึงถึงคุณค่าในการลงทุน (ROI) จะมีมากขึ้นทั้งในด้านของผู้จัดงาน ผู้ขายและผู้ซื้อ (ที่มา: JWC Report)

จากข้อมูล UFI Global Exhibition Barometer, 18th edition พบว่า แม้จะมีการชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่องในภาคการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโลกและการลดลงของผู้เล่นในตลาดการค้าเสรีในเวทีนานาชาติ แต่อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติยังคงมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2560 โดยตามรายงาน ในช่วงเวลา 2 ปีที่ผ่านมา มีข้อบ่งชี้ถึงการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการซื้อขายส่วนใหญ่ มีการทำกำไรได้อย่าง ต่อเนื่องโดยประเทศที่สามารถเติบโตได้ดีกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา เม็กซิโก จีน และสหราชอาณาจักร ประเทศบราซิล และรัสเซีย มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นเฉพาะในปี 2560 เท่านั้น ส่วนประเทศเยอรมนี และอิตาลี มีแนวโน้มที่ลดลงจากปี 2559

เมื่อสอบถามถึงผลกระทบจากทิศทางทางการเมืองที่มีต่ออุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติ (อาทิเช่น การทำประชามติเพื่อโหวตให้สหราชอาณาจักรออกจาก การเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป การล้มเหลวในการทำ รัฐประหารในประเทศตุรกี และการเลือกตั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา) 45% ของผู้ตอบจากทั่วโลกคาดว่าจะมีการเกิดข้อจำกัดทางธุรกิจ หรือ ผลกระทบเชิงลบอย่าง

International exhibition events will continue to expand, but the more dramatic change will be the growth of regional and national events. International exhibitors will work more in partnership with local organisers, or through M&A (Merger & Acquisitions). The event themes, topics and concepts will be aligned with economic and industry growth that is focused on the venue or region. But there is also a trend for more comprehensive events that combine meetings and exhibitions on a single event platform mainly to add value for participants. Organisers, sellers and buyers will make their decisions based on the return of investment (ROI). (Source: JWC Report)

According to the UFI Global Exhibition Barometer 18th edition, despite the continued slowdown in the global economy and the decline of players in the free trade market in the international arena, the international exhibition industry will continue to grow in 2017.

According to the report, over the past two years, there were indicators that showed an increase in turnover and stable profitability. The US, Mexico and China demonstrated a stronger growth average, but the UK, Brazil and Russia are also showing signs of growth that will strengthen in 2017. The trend for Germany and Italy suggests a decline when compared with last year. When asked about the political outlook and



มีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ตอบจากประเทศเม็กซิโก (60%) และประเทศสหรัฐอเมริกา (54%) คิดว่ามีความเกี่ยวข้องกันมาก เมื่อเปรียบเทียบกับ 1 ใน 10 ของผู้ตอบทั้งหมดคาดหวังว่าการพัฒนาการทางการเมืองจะมีอิทธิพลในทางบวกแก่อุตสาหกรรม ประมาณร้อยละ 20 คิดว่าไม่มีผลกระทบ และ ผู้ตอบร้อยละ 20 – 30 ไม่แน่ใจว่าจะมีผลกระทบหรือไม่

ในส่วนของคำถามหลักสำหรับการสำรวจของ UFI's Global Barometer ว่าด้วยเรื่อง “ประเด็นสำคัญทางเศรษฐกิจ” ที่แต่ละอุตสาหกรรมกำลังเผชิญอยู่ ซึ่งพบว่า “สถานะทางเศรษฐกิจทั้งระดับประเทศ และระดับภูมิภาค” และ “ความไม่มีเสถียรภาพของเศรษฐกิจโลก” เป็นประเด็นสำคัญในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา แต่กลับได้รับการให้ความสำคัญน้อยลงในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา ในขณะที่ “คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม” เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญมากขึ้น ทำให้ช่องว่างระหว่าง 2 ปัจจัยแรกลดลง นอกจากนั้นแล้ว “ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล” เป็นปัจจัยที่ได้รับการแสดงความสนใจค่อนข้างมากจากประเทศเยอรมนี (ร้อยละ 21) และประเทศส่วนใหญ่ในภูมิภาคอเมริกากลาง และภูมิภาคอเมริกาใต้ (ร้อยละ 20)

ทั้งนี้ จากรายงานการสำรวจตลาดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปี 2558 จำนวนพื้นที่ในการจัดแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 ในปี 2558 และมีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่ขายได้มากถึงกว่า 19.7 ล้านตารางเมตร โดยร้อยละ 56 ของพื้นที่ในการจัดงานแสดงสินค้าเกิดขึ้นในประเทศจีน หรือคิดเป็นพื้นที่ 11.9 ล้านตารางเมตร ซึ่งมากกว่าพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนับเป็นประเทศอันดับ 2 ของภูมิภาค ที่มีพื้นที่ทั้งหมด 2.06 ล้านตารางเมตร ถึง 5 เท่าครึ่ง

possible impacts on the international exhibition industry (BREXIT process, coup threat in Turkey and elections in the US) 45% of respondents, worldwide, forecast business restrictions, or significant negative impact. In contrast, respondents from Mexico (60%) and the US (54%) admitted concerns, but expressed optimism that they would not be impacted.

One in 10 respondents said they expected political developments to have a positive impact on the industry, approximately 20% said there would be no impact and 20% to 30% respondents were not sure. The UFI's Global Barometer Survey identified economic significance at national and regional levels and global instability, as two key factors over the few years, but the current indicators suggest less attention has been paid to the issues over the last six months

But competition within the industry was a strong factor, too, that reduced the consequences of the other two factors respondents said The Impact of the transition to the digital era was also identified as a crucial factor; Germany (21%) and most countries in Central and South America (20%). According to a survey of Asia-Pacific exhibitions in 2015, exhibition space sold in the region reached 19.7 million square metres, an increase of 5.6%. 56% of the exhibition space was sold in China, or 11.9 million sqm, five times more than exhibition space sold in Japan, the second highest in the region with overall 2.06 million sqm of sold space.

ส่วนประเทศอินเดีย เป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตของพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่ขายได้มากที่สุด ในปี 2558 คือ ร้อยละ 7.8 และประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีอัตราการเติบโตของพื้นที่ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 7.2 - 7.8 มากกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่อยู่ที่ ร้อยละ 5.6

นอกจากประเทศจีน ที่ถือเป็นประเทศผู้นำในเรื่องพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และมีอัตราการเติบโตของพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่ขายได้ ในปี 2558 ที่ร้อยละ 7.1 ประเทศอื่นๆ ที่ถือเป็นผู้นำในภูมิภาคนี้มีการเพิ่มขึ้นของพื้นที่แบบค่อยเป็นค่อยไปในปี 2558 ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ มีอัตราการเติบโตของพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่ขายได้ ที่ร้อยละ 3.7 ประเทศฮ่องกง ร้อยละ 3.2 และประเทศไต้หวัน ร้อยละ 2.2 ส่วนประเทศญี่ปุ่น มีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างน้อย คือ ร้อยละ 1.2

พื้นที่จัดงานแสดงสินค้าโดยรวมทั้งหมดของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกถูกคาดการณ์ว่าจะมีพื้นที่มากถึง 7.8 ล้านตารางเมตร ในปี 2559 และจำนวนสถานที่ในการจัดแสดงสินค้าจะเพิ่มเป็น 207 แห่ง และในปี 2559 ประเทศจีนจะมีสถานที่ในการจัดแสดงสินค้า จำนวน 108 แห่ง หรือคิดเป็นพื้นที่มากกว่า 5.5 ล้านตารางเมตรของพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าภายในอาคาร หรือคิดเป็น ร้อยละ 70 ของพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคนี้

India was the highest in the region for exhibition space sales growth in 2015 at 7.8%. Southeast Asia, led by Philippines, Indonesia and Vietnam, grew 7.8% on average, higher than the Asia-Pacific region average of 5.6%.

Considered the leader of exhibition space sales in the Asia-Pacific region, China recorded a growth of 7.1% in 2015. Other regional exhibition markets saw a slower increase in 2015 led by South Korea at 3.7%, Hong Kong at 3.2%, Taiwan at 2.2% and Japan at 1.2%.

Asia-Pacific's total exhibition space was projected to reach 7.8 million sqm. by the end of 2016, while the number of exhibition venues increased to 207. China was estimated to have 108 exhibition venues, last year, accounting for over 5.5 million sqm. of indoor exhibition space and 70% of the exhibition space in the region.

*ปี 2558 จำนวนพื้นที่ในการจัดแสดงสินค้า
ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 ในปี 2558*

*โดยร้อยละ 56 ของพื้นที่ในการจัดงานแสดงสินค้า
เกิดขึ้นในประเทศจีน*

1.6

THAILAND MICE INDUSTRY Overview of Thai MICE Industry

สถานการณ์ไมซ์ไทย
ภาพรวมธุรกิจไมซ์ต่างประเทศ

ภาพรวมของธุรกิจไมซ์ต่างประเทศ ปีงบประมาณ 2559 ประเทศไทยมีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์รวมทั้งสิ้น 1,273,465 คน สร้างรายได้ 102,936 ล้านบาท โดยคิดเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มการประชุม จำนวน 258,483 คน สร้างรายได้ 23,445 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 263,556 คน สร้างรายได้ 16,217 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการประชุมนานาชาติ จำนวน 298,564 คน สร้างรายได้ 25,789 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มงานแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 180,480 คน สร้างรายได้ 15,686 ล้านบาท และนักเดินทางกลุ่มเมกะอีเวนท์ จำนวน 272,382 คน สร้างรายได้ 21,799 ล้านบาท

For the 2016 fiscal year, Thailand welcomed 1,273,465 international MICE travellers generating THB102,936 million in revenue. Of that total, 258,483 were meeting travellers with earnings of THB23,445 million; 263,556 incentive travellers contributing THB16,217 million; 298,564 convention travellers generating THB25,789 million; 180,480 exhibition travellers earning THB15,686 million; and 272,382 mega-events travellers earning THB21,799 million.

Number of international MICE travellers and revenue in the 2016 (October 2015 to September 2016)

Industry Sector	Number of MICE travellers			Revenue (THB million)		
	2015 fiscal year	2016 fiscal year	Growth	2015 fiscal year	2016 fiscal year	Growth
Meetings	262,538	258,483	-1.54%	28,397	23,445	-17.44%
Incentives	254,125	263,556	3.71%	16,136	16,217	0.50%
Conventions	294,371	298,564	1.42%	27,339	25,789	-5.67%
Exhibition	174,652	180,480	3.34%	15,214	15,686	3.10%
Events	110,309	272,382	146.93%	8,789	21,799	148.03%
MICE	985,686	1,001,083	1.56%	87,086	81,137	-6.83%
MICE+Events	1,095,995	1,273,465	16.19%	95,875	102,936	7.36%

ตาราง นักเดินทางไมซ์จากต่างประเทศ

International MICE Travellers to Thailand

		2015	2016	% Change
M International Corporate Meeting	OCT - DEC	41,628	42,316	1.65%
	JAN - MAR	91,435	92,924	1.63%
	APR - JUN	59,816	50,877	-14.94%
	JUL - SEP	69,659	72,366	3.89%
	Fiscal year	262,538	258,483	-1.54%
I International Incentive Travel	OCT - DEC	60,920	61,624	1.16%
	JAN - MAR	80,800	81,429	0.78%
	APR - JUN	56,501	64,689	-14.94%
	JUL - SEP	55,904	55,814	-0.16%
	Fiscal year	254,125	263,556	3.71%
C International Non - Corporate Meeting	OCT - DEC	62,079	62,243	0.26%
	JAN - MAR	77,980	78,772	1.02%
	APR - JUN	55,309	60,522	9.43%
	JUL - SEP	99,003	97,027	-2.00%
	Fiscal year	294,371	298,564	1.42%
E International Exhibition (Trade Fair)	OCT - DEC	27,845	30,658	10.10%
	JAN - MAR	33,392	39,642	18.72%
	APR - JUN	78,575	80,320	2.22%
	JUL - SEP	34,840	29,860	-14.29%
	Fiscal year	174,652	180,480	3.34%
Total MICE	OCT - DEC	192,472	196,841	2.275%
	JAN - MAR	283,607	292,767	3.23%
	APR - JUN	250,201	256,408	2.48%
	JUL - SEP	259,406	255,067	-1.67%
	Fiscal year	985,686	1,001,083	1.56%
Event	OCT - DEC	4,894	107,015	2086.66%
	JAN - MAR	515	66,330	12779.61%
	APR - JUN	82,400	99,037	20.19%
	JUL - SEP	22,500	0	-100.00%
	Fiscal year	110,309	272,382	146.93%
Total MICE + Event	OCT - DEC	197,336	303,856	53.98%
	JAN - MAR	284,122	359,097	26.39%
	APR - JUN	332,601	355,445	6.84%
	JUL - SEP	281,906	255,067	-9.52%
	Fiscal year	1,095,995	1,273,465	16.19%

Remark: Statistics of Visitors from Events has been collected since 2015

TOP 10 MICE markets for Thailand in the 2016 fiscal year

10 อันดับประเทศที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้าประเทศไทยสูงที่สุดในปีงบประมาณ 2559 ได้แก่ จีน จำนวน 127,390 คน อินเดีย จำนวน 93,701 คน สิงคโปร์ จำนวน 80,771 คน มาเลเซีย จำนวน 72,024 คน ญี่ปุ่น จำนวน 44,293 คน สหรัฐอเมริกา จำนวน 42,657 คน ฮองกง จำนวน 41,805 คน เกาหลี จำนวน 40,814 คน อินโดนีเซีย จำนวน 35,143 คน และเวียดนาม จำนวน 20,969 คน

Top 10 source markets for Thailand MICE industry for 2016 were: China (127,390); India (93,701); Singapore (80,771); Malaysia (72,024); Japan (44,293); the US (42,657); Hong Kong (41,805); South Korea (40,814); Indonesia (35,143) and Vietnam (20,969).

Top 10 MICE Markets for Thailand in 2016 (October 2015 to September 2016)

Rank	MICE		Meetings		Incentives		Conventions		Exhibitions	
	Country	Arrivals	Country	Arrivals	Country	Arrivals	Country	Arrivals	Country	Arrivals
1	China	127,390	India	28,336	China	60,635	Singapore	23,780	China	31,661
2	India	93,701	Singapore	22,479	India	43,525	Hong Kong	20,039	Japan	18,685
3	Singapore	80,771	China	17,995	Malaysia	26,295	U.S.A.	19,512	Malaysia	16,166
4	Malaysia	72,024	Hong Kong	17,224	Singapore	21,962	China	17,099	Singapore	12,550
5	Japan	44,293	U.S.A.	16,244	Indonesia	16,171	Malaysia	14,233	India	8,623
6	U.S.A.	42,657	Malaysia	15,330	Korea	11,993	Japan	13,438	Korea	8,442
7	Hong Kong	41,805	Korea	13,577	Philippines	8,680	India	13,217	Taiwan	8,439
8	Korea	40,814	Australia	6,644	Japan	7,498	Indonesia	10,042	Vietnam	6,475
9	Indonesia	35,143	Vietnam	5,629	Vietnam	6,050	Laos	9,514	Indonesia	5,135
10	Vietnam	20,969	United Kingdom	5,291	France	4,798	Australia	8,117	Germany	4,849

Overview of Domestic MICE

ภาพรวมธุรกิจไมซ์ในประเทศ

ภาพรวมธุรกิจไมซ์ในประเทศ ปีงบประมาณ 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์รวมทั้งสิ้น 28,854,061 คน สร้างรายได้ 73,322 ล้านบาท คิดเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มการประชุม จำนวน 571,659 คน สร้างรายได้ 720 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 181,548 คน สร้างรายได้ 641 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการประชุมนานาชาติ จำนวน 3,713,680 คน สร้างรายได้ 5,321 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 24,387,174 คน สร้างรายได้ 66,640 ล้านบาท

During the 2016 fiscal year, there were 28,854,061 Thai MICE travellers generating THB73,322 million in revenue. Of that, 571,659 was meeting travellers circulating THB720 million; 181,548 incentive travellers injecting THB641 million; 3,713,680 convention travellers circulating THB5,321 million; and 24,387,174 exhibition travellers earning THB66,640 million.

Domestic MICE Travellers and Revenue in 2016 (October 2015 to September 2016)

Category	Domestic MICE travellers			Revenue (THB million)		
	2015 fiscal year	2016 fiscal year	Growth	2015 fiscal year	2016 fiscal year	Growth
Meetings	314,379	571,659	81.84%	431	720	67.05%
Incentives	403,361	181,548	-54.99%	2,770	641	-76.86%
Conventions	1,300,795	3,713,680	185.49%	2,545	5,321	109.08%
Exhibition	21,683,953	24,387,174	12.47%	40,655	66,640	63.92%
D-MICE	23,702,488	28,854,061	21.73%	46,401	73,322	58.02%



บทที่ 2
ทิศทางและกลยุทธ์การดำเนินงานของ
สสพ. ประจำปีงบประมาณ 2560



Chapter 2
TCEB Direction and Strategy
for Fiscal Year 2016

02

2.1

GLOBAL MARKET TRENDS

แนวโน้มการตลาดโลก

ปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงในประเทศหนึ่งมีความเชื่อมโยงส่งผลโดยตรงกับประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลก เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานของทั้งนักเดินทางไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ทั่วโลก

In today's global business environment, changes in one country have almost immediate repercussions on other countries. This is true of the MICE industry that is often impacted by economic, political, social and environmental factors beyond of the control of a single country. These factors particularly affect the selection of venues and destinations.

Global market trends affecting the MICE industry สรุปแนวโน้มการตลาดโลกที่มีผลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ แบ่งออกเป็นแนวโน้มสำคัญ ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจโลกในช่วงระยะเวลา 5 ปี 2560-2564 ในระยะ 5 ปีมีแนวโน้มขยายตัวช้าและยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนในระบบเศรษฐกิจและการเงินโลกอยู่มาก เศรษฐกิจโลกมีการแข่งขันรุนแรงขึ้น และมีความท้าทายจากนโยบายการกีดกันการค้าและการรวมตัวเสรีเฉพาะกลุ่มมากขึ้น นักวิเคราะห์ชี้ขึ้นนำหลายสำนักมองเศรษฐกิจโลกปีนี้เป็นทิศทางเดียวกันว่า เศรษฐกิจจะขยายตัวมากกว่าปีที่ผ่านมาเล็กน้อย โดยสหรัฐฯ จีน สหภาพยุโรป และอังกฤษ เป็นตัวแปรสำคัญ ด้านภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก จีน ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจใหญ่อันดับ 2 ของโลก รองจากสหรัฐฯ ยังคงเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ส่วนประเทศสหรัฐฯ ภายใต้การนำของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ นักวิเคราะห์มองว่าเศรษฐกิจจะเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยคาดว่าเศรษฐกิจของสหรัฐฯ จะขยายตัวในปีนี้อยู่ที่ตัวเลขคาดการณ์ของธนาคารโลกที่ 2.2% ทั้งนี้ ตัวเลขทิศทางการเติบโตทางเศรษฐกิจสอดคล้องกับแนวโน้มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยอย่างชัดเจน

Economy

The world economy during five years (2017 to 2021) will tend to slowly expand, but will face continuous risks from economic and financial fluctuations. The global business environment will be fiercely competitive and face challenges from trade barrier policies and free integration. Many leading analysts look at the world economy this year agreeing that it will expand slowly, while the United States, China, European Union and the United Kingdom will continue to be key players. In the Asia-Pacific region, China, the second largest economy in the world after the United States, will remain the main driving force spurring economic growth. Under the leadership of President Donald Trump, US analysts believe the economy will grow strongly. It is expected that the US economy will grow at around 2.2% as forecast by the World Bank. These economic growth trends are in line with the trend of MICE travellers arriving in Thailand.



ด้านการเมือง

นอกจากจะมีการเลือกตั้งเกิดขึ้นอย่างน้อยใน 3 ประเทศเสาหลักสำคัญของสหภาพยุโรป (เยอรมนี ฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์) ท่ามกลางกระแสต่อต้านสหภาพยุโรปที่กำลังมาแรงแล้ว สหราชอาณาจักรเริ่มดำเนินการออกจากสหภาพยุโรปอย่างช้าๆ ผ่าน Article 50 ซึ่งเป็นกฎหมายฉบับหลักในการแยกตัวอย่างเป็นทางการอีกด้วย ถึงแม้ประเด็นนี้จะเป็นประเด็นการเมือง แต่ก็สามารถมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก และความผันผวนของตลาดการเงินมาถึงทุกประเทศทั่วโลกได้ ทั้งนี้ จึงเป็นที่น่าจับตามองสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นตามมา



Politics

In addition to national elections, that will occur in at least in three EU countries, namely Germany, France and the Netherlands, the UK is triggering Article 50, which will lead to negotiations and legislation for the formal withdrawal from the EU over the next two years. This development could encourage similar movements in other EU member countries that could ultimately impact on the EU's long-term future. Although this factor is a political issue, it can have a serious impact on the global economy and cause fluctuations in financial markets. Therefore, Thailand's MICE industry should monitor trends and be prepared for a potential impact on the market.



ด้านสังคม

การเข้าสู่สังคมสูงวัยของโลก การเลื่อนไหลของกระแสวัฒนธรรมโลกที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนการสื่อสารไร้พรมแดนด้วยกระแสดิจิทัลยังคงความต่อเนื่องเชื่อมโยงถึงกันของระบบเศรษฐกิจและสังคมในแต่ละประเทศ ประกอบกับการพัฒนาอย่างรวดเร็วของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้สื่อออนไลน์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเปลี่ยนแปลงการดำรงชีวิตและธุรกิจทั่วโลก เช่น บล็อกเชน (Blockchain) บิ๊กดาต้า (Big Data) คอมพิวเตอร์ที่ฉลาดขึ้นจากการเรียนรู้ (Machine Learning) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ส่งผลให้รัฐบาลทั่วโลก ตลอดจนภาคธุรกิจต้องปรับตัว เช่นเดียวกับการสร้างประสบการณ์ของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ด้วยนวัตกรรมและการตลาดดิจิทัล โดยนำเทคโนโลยีทันสมัย (Smart MICE technology) โมบายล์แอปพลิเคชัน และสื่อออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด และสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าถึงข้อมูลการ



Social

An aging society made possible by medical advances, the cross-flow of world culture blending with traditional culture and the challenges of the digital era continue to impact on economic systems in every country. Rapid development of information technology, using of online media, technology and innovation, such as Blockchain, Big Data, Machine Learning and Artificial Intelligence (AI), will challenge governments and the global business sector to make major adjustments. This in turn will encourage MICE travellers to demand new experiences through innovation and digital marketing by using Smart MICE technology, mobile applications and online media as tools for marketing strategy. The challenge will be to develop channels to communicate to targeted markets quickly and efficiently, while accessing information to

วางแผนจัดกิจกรรมไมซ์ไทยได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริหารจัดการงานไมซ์ที่สามารถสร้างประสบการณ์น่าประทับใจและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ร่วมงานทั้งก่อนงาน ระหว่างงานและหลังงาน



ด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทวีความเข้มข้น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติมีความผันผวนและรุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ วาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 ขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs 2030) ในการประชุมสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติ (United Nations General Assembly - UNGA) เมื่อเดือนกันยายน 2558 ผู้นำจากประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ จำนวน 193 ประเทศ ได้ลงมติรับรองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อใช้เป็นวาระแห่งการพัฒนาของโลก ในอีก 15 ปีข้างหน้า (2558-2573) โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 เป้าหมาย และเป้าหมายที่เกี่ยวข้องและควรนำมาศึกษาเพื่อประกอบการกำหนดแผนงานการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน ได้แก่ เป้าหมายที่ 8 คือ การส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ได้แก่ การสร้างรายได้จากนักเดินทางไมซ์ การสร้างรายได้ให้กับธุรกิจการโรงแรม ที่พัก และบริการ และจำนวนงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นต้น ส่วนเป้าหมายที่ 12 คือ การสร้างรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ได้แก่ การสร้างรายได้ให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับไมซ์และธุรกิจต่อเนื่อง การสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ การซื้อขาย การลงทุน และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เป็นต้น (ที่มา : การวิเคราะห์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนงานในภารกิจหลักระยะ 20 ปี (2560 - 2579, สสปน.)

improve the planning process for MICE events in Thailand. MICE management will need to create impressive experiences and encourage events to engage participants before, during and after the events.



Environment

International agreement on climate change will intensify. Climate change and natural disasters are more volatile and severe than ever. Leaders of the 193 United Nations members adopted the UN's Sustainable Development Goals: SDGs 2030 at the United Nations General Assembly – UNGA in September 2015 on sustainable development goals. It serves as an agenda for the development of the world economy based on sustainable goals over the next 15 years (2015 to 2030). In total there are 17 sustainable development goals. In terms of establishing a sustainable MICE industry the most relevant are the 8th and 12th goals. The 8th goal promotes sustainable economic growth, namely, generating revenue from MICE travellers and creating income for hotels, accommodation and services, while generating jobs in the MICE industry. The 12th goal creates sustainable production and consumption patterns, namely revenue, while ensuring that the MICE industry is both strong and sustainable. Important factors are business matching, trading, investment and knowledge exchange. (Source: Office of the National Economics and Social Development Board analysis and TCEB's 20-year master plan 2017 to 2036).

2.2

Thailand MICE Strategy Trends

แนวโน้มทางด้านกลยุทธ์ไมซ์ไทย

MICE Industry Master Plan 2017 to 2021

แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ พ.ศ. 2560 - 2564

2.2.1

เพื่อความสอดคล้องและต่อเนื่องจากการพัฒนาแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2555 - 2559 โดยมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมไมซ์สามารถรองรับนโยบายของรัฐบาลและตอบรับการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มทางเศรษฐกิจและสังคมของโลก

From the analysis above and the suggestions from the focus group with TCEB executives and relevant industry stakeholders, TCEB adjusted the vision and mission of the organisation to make it align with the purpose of its establishment and to address the industry demand. Details are in the next diagram.



Vision

Driver for Thailand to become Asia's top business events destination, bringing sustainable growth

Mission

To proactively bring business events to Thailand to generate economic impacts including income distribution

To promote business event destinations with product and service excellence and uphold Thai attributes

To develop industry capabilities with research intelligence, standards, and development of human resources and entrepreneurs

To promote leading sustainability practices at global level to enable competitive advantages

Goals

Competitiveness

Professionalism

Sustainability

Strategic themes

Boost business event (MICE) industry demand

Develop business event (MICE) industry capabilities

Support the industry to achieve sustainability

Attract business events and travellers

Enhance operational excellence with good governance

Promote Thailand's business event (MICE) brands and destinations

Engage with strategic networks to enhance policy, rules and regulations

วิสัยทัศน์

องค์กรหลักที่ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน

Vision

Driver for Thailand to become Asia's top business events destination, bringing sustainable growth



พันธกิจ

- 1) สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
- 2) ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
- 3) พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
- 4) ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

Mission

- 1) To proactively bring business events to Thailand to generate economic impacts including income distribution
- 2) To promote business event destinations with product and service excellence and uphold Thai attributes
- 3) To develop industry capabilities with research intelligence, standards, and development of human resources and entrepreneurs
- 4) To promote leading sustainability practices at global level to enable competitive advantages

แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์

พ.ศ. 2560 – 2564 ถูกจัดทำขึ้น

โดยมีเป้าหมายหลักใน 3 เป้าหมาย คือ

1

ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจัยหลักที่ส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันเพื่อดึงดูดผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ เช่น โอกาสทางธุรกิจ ความน่าสนใจของสินค้าและบริการ สถานที่ท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ของจุดหมายการจัดงาน รวมถึงความเป็นมืออาชีพ

2

ความเป็นมืออาชีพ

ศักยภาพอุตสาหกรรมทั้งในด้านของทรัพยากรบุคคล คุณภาพและจำนวนของผู้จัดงาน ความพร้อมของแต่ละจุดหมายการจัดงาน ตลอดจนการดำเนินงานและบทบาทของสสปน. ที่มีต่อนักท่องเที่ยว ผู้จัดงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม

3

ความยั่งยืน

แนวโน้มระดับมหภาค (Mega trends) และความท้าทายใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อภาคดำเนินธุรกิจไมซ์ การคำนึงถึงความยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จะทำให้ตระหนักถึงโอกาสและการรับมือกับความเสี่ยงได้ดียิ่งขึ้น

MICE Industry Master Plan (National MICE Sector Strategy) for 2017 – 2021

Strategic Theme and Strategy

The MICE Industry Master Plan 2017 – 2021 has been developed with the following three strategic themes:

1

Competitiveness

The key factors that enhance the competitiveness of the industry in attracting organisers and travellers to join the meeting, including business opportunities, attractive products and services, tourist attractions and the image of the destinations.

2

Professionalism

Industry capability from human resources, the quality and quantity of organisers, and the readiness of each destination as well as TCEB's role and operations toward travellers, organisers and relevant stakeholders in the industry.

3

Sustainability

Mega trends and new challenges have a significant impact on business operation in MICE industry. Therefore, it is crucial for the integration of sustainability in planning for an industry that covers economic, social and environmental aspects. This will allow Thailand's MICE industry, including organisers and relevant stakeholders to better manage opportunity and risk that might happen in the future more successfully.



THE COMPETITIVENESS

DIMENSION INCLUDES THE FOLLOWING STRATEGIC THEMES:

ความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ ดังนี้



Strategic Theme 1

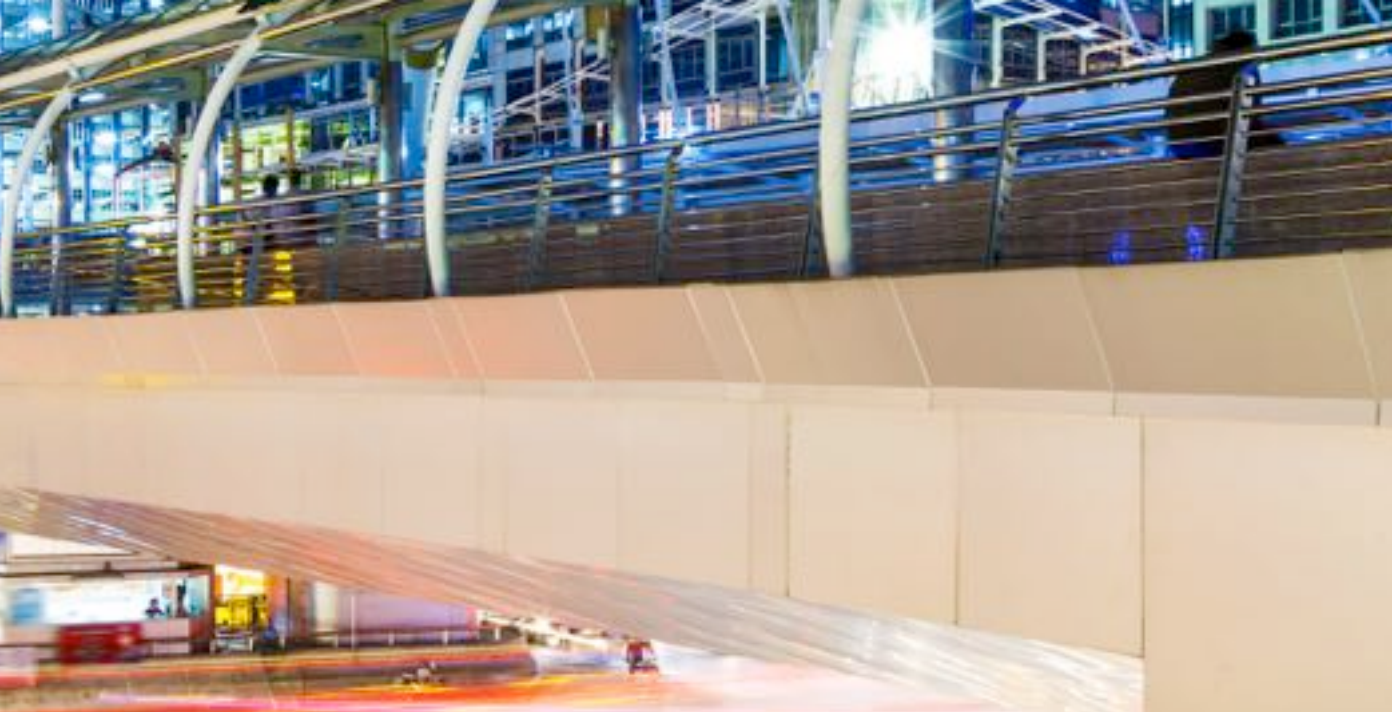
Boost business event (MICE) industry demand

To increase MICE events in Thailand, TCEB should focus on creating demand when organising the event, by creating collaboration and strategic partnerships with relevant stakeholders, and by using distinctive innovation that will attract travellers as well as to have relevant knowledge and statistics that can help to plan the industry. This initiative can be done via the following strategies:



ยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์

เพื่อเพิ่มจำนวนงานด้านไมซ์ในประเทศไทย สสพน. ต้องมุ่งเน้นการสร้างอุปสงค์ในการจัดงาน ทั้งผ่านการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางกลยุทธ์ การสร้างนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดนักท่องเที่ยว ตลอดจนการมีองค์ความรู้และข้อมูลสถิติที่ช่วยในการวางแผนอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์ย่อย ดังนี้



กลยุทธ์ที่ 1.1

ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกลยุทธ์ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน

- การบูรณาการการวางแผนเชิงกลยุทธ์และความคิดริเริ่มในการทำตลาดร่วมกับพันธมิตรหลักเพื่อขยายตลาดส่วนแบ่งทางการตลาดและเพิ่มตลาดใหม่

กลยุทธ์ที่ 1.2

ผลักดันการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม

- การผลักดันองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านไอซี (MICE Intelligence and Innovations) สสปน. จะส่งเสริมสร้างการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) จัดทำระบบวิเคราะห์อุตสาหกรรมไอซี การทำวิจัยที่มีประสิทธิภาพ และใช้รูปแบบการดำเนินงาน (Operating Model) และการกำกับดูแลกิจการ (Governance) ที่ส่งเสริมนวัตกรรม ฯลฯ

Strategy 1.1

Synergise with strategic partners to expand the market and boost demand

- Integrate and align strategic planning and go-to-market initiatives with strategic partners to expand the market and boost demand

Strategy 1.2

Drive intelligence and innovations

- Enhancement of MICE intelligence (e.g. market intelligence, customer intelligence, product intelligence, competitor understanding and etc.) through the establishment of MICE analytics and effective research capabilities. Promote innovations through MICE innovation assessment innovation strategy development and the execution of an innovation operating model and governance, etc.

Strategic Theme 2

Attract business events and travellers

ยุทธศาสตร์ที่ 2

เพิ่มปริมาณงานโม่ซ์และจำนวนนักเดินทางโม่ซ์



อุตสาหกรรมโม่ซ์ถูกจัดเป็นอุตสาหกรรมดาวรุ่งที่มีอัตราการเติบโตสูง เพื่อให้สามารถเป็นผู้นำอุตสาหกรรมโม่ซ์ในระดับเอเชีย สสพ. มุ่งเน้นการดึงดูดงานจากระดับนานาชาติ (International MICE) และสร้างงานในระดับประเทศ (Domestic MICE) ผ่านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและยั่งยืน ตลอดจนมุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ของผู้จัดงานและนักเดินทางโม่ซ์ ประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อย ดังนี้

MICE industry is considered as a rising industry that has high growth rate. In order to become the leader in the industry in Asia, TCEB should focus on attracting international MICE events and creating Domestic MICE events with differentiate/sustainable products and services, as well as enhancing business event planners and travellers' experiences through the following strategies:

Strategy 2.1

Attract business events and travellers with differentiate/sustainable products and services
เพิ่มปริมาณงานโม่ซ์และนักเดินทางโม่ซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและยั่งยืน

ดำเนินการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้ารวมทั้งนักเดินทางให้มาประเทศไทยในเชิงรุกและสนับสนุนการพัฒนาสินค้า/บริการที่มีความแตกต่าง คุณภาพ และความยั่งยืน ซึ่งรวมทั้งการขายและการตลาด (Sales and Marketing) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ (Products and Services Development)

Proactively attract/win the business events and travellers to Thailand and advocate the development of differentiate/sustainable products and services. This includes sales and marketing, customer relationship management (CRM) and product and service development

Strategy 2.2

Increase and enhance domestic MICE events
เพิ่มและเสริมสร้างการจัดงานโม่ซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE Event)

เพิ่มจำนวนงานประชุมและงานแสดงสินค้าในเมืองเป้าหมายหลักและในเขตเศรษฐกิจพิเศษผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการของการตลาด รวมทั้งการทำการตลาดในภาพรวมของประเทศและเมืองเป้าหมาย

Grow domestic MICE events (DMICE) in potential local destinations, particularly in Special Economic Zones (SEZ) through the development and marketing of DMICE products and services

Strategy 2.3

Enhance business event (MICE) planners and travellers' experiences

เสริมสร้างประสบการณ์ของผู้จัดงานและนักเดินทางไมซ์

เสริมสร้างประสบการณ์ของผู้จัดงานและนักเดินทางไมซ์ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการบริการที่ดีเลิศ

Enhance business event (MICE) planners and travellers' experiences through digital technology and exceptional services

Strategic theme 3

Promote Thailand's business event (MICE) brands and destinations

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมไมซ์ไทยเริ่มเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ แต่แบรนด์ในระดับเมืองท้องถิ่นยังมีอยู่อย่างจำกัด สสพ. ควรมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของไทยและจุดหมายระดับท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในเวทีโลก ผ่านสื่อประเภทออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์ย่อย ดังนี้

Thailand's MICE industry is gaining recognition at the international level but there are still limitations with city-level brands. TCEB should focus on making Thailand's and the local area's brands and image to be widely recognised at the global level through online and offline channels which includes these following strategies:

Strategy 3.1

Promote Thailand business event (MICE) brand at international level

ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ

- ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าของไทยผ่านกิจกรรมทางการตลาดและการร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ
- Promote Thailand business event brands and the capability of the industry at the international level through marketing activities and leverage partnerships with international/ local public and private sectors (such as TAT, etc.)

Strategy 3.2

Promote uniqueness of local MICE destinations

ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น

- สร้างและประชาสัมพันธ์แบรนด์และงานที่มีความโดดเด่นประจำท้องถิ่นและกำหนดตำแหน่งแบรนด์ให้มีความเหมาะสมและชัดเจน
- Create a unique branding and strategic positioning plan for local MICE destinations and promote them to target markets



ความเป็นมืออาชีพ

ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 4

พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรม

ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบัน เป็นประเด็นที่ควรมุ่งเน้นการพัฒนา ทั้งด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล จำนวนและคุณภาพบุคลากรในอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการ ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมไมซ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงานของจุดหมายไมซ์ ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์ย่อย ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 4.1

พัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์

- พัฒนาศักยภาพและความสามารถของบุคลากรด้านไมซ์และผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านการสร้างสถาบันไมซ์แห่งอาเซียนเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรของอุตสาหกรรมในภูมิภาคและการสนับสนุนให้มีการเปิดสอนหลักสูตรไมซ์ในมหาวิทยาลัยและสถาบันเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ 4.2

จัดทำ นำไปใช้ และเสริมสร้างมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์

- ยกกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยโดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการผ่านการรับรองจากมาตรฐานอุตสาหกรรมระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 4.3

สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดประชุมและงานนิทรรศการที่มีศักยภาพ (สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และโลจิสติกส์ ฯลฯ)

- ส่งเสริมการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ที่มีศักยภาพในประเทศ รวมทั้งสถานที่จัดงาน สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และโลจิสติกส์ เป็นต้น ผ่านการร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ (Public-Private Partnership) และการประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของประจำท้องถิ่น

The Professionalism dimension

includes the following strategic themes:

Strategic Theme 4

Develop business event (MICE) industry capabilities

Currently, industry capability is considered as an important factor that should be focused on, such as the development of the quantity and quality of human capital's and entrepreneurs' capabilities and the development of facilities, infrastructure and logistics. This can be done via these strategies:



Strategy 4.1

Develop capability and increase number of human resources

- Develop the capacity and capability of human resources and entrepreneurs to meet industry demand
- Establish an ASEAN MICE institute to develop and enhancement the competency of MICE professionals/human resources in the region
- Advocate the adoption and enhancement of MICE curriculum in target universities and institutes



Strategy 4.2

Create, implement and enhance business event (MICE) standards

- Create, implement and enhance relevant industry standards using a certification and recertification program for entrepreneurs in the industry through associations



Strategy 4.3

Advocate development of potential business event (MICE) destinations (facilities, infrastructure, logistics, etc.)

- Advocate the development of potential business event (MICE) destinations including venues, facilities, infrastructure, logistics, etc. through public-private partnership and collaboration with local stakeholders

ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนเพื่อให้สามารถดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ สสปน. ให้มีความสำคัญถึงการดำเนินงานภายในอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว โปร่งใส และยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์ย่อย ดังนี้

Strategic Theme 5 Enhance operational excellence with good governance

In order to support the ever-changing industry demands and to operate according to its assigned role, TCEB should give importance to its internal operations to make sure they operate efficiently, transparently and sustainably via these strategies:

กลยุทธ์ที่ 5.1

ทบทวนแบบจำลองในการดำเนินธุรกิจในอนาคต (Future Business Model) ของ สสปน.

Strategy 5.1

Review CVB's future business model

ทบทวน และออกแบบรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model) ขององค์กรในอนาคต ที่มีประสิทธิภาพที่สุดสำหรับสสปน. รวมทั้งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และการสื่อสารกับสถานที่จัดงานไมซ์ประจำท้องถิ่น

Review and design the most effective future business model for TCEB including roles, responsibilities and interactions with local business event (MICE) destinations

กลยุทธ์ที่ 5.2

เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถขอบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล

- เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล ซึ่งรวมทั้ง:
- ทบทวนรูปแบบโครงสร้างองค์กร การวางแผนทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ และโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน
- จัดตั้งระบบ และกระบวนการต่างๆ ที่มุ่งปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาและเสริมสร้างระบบการจัดการความรู้ในองค์กร
- พัฒนาโครงสร้างการฝึกอบรม และพัฒนาผู้นำและบุคลากรใน สสปน.
- โปรแกรมสำรวจ ประเมิน และยกระดับความสุขในการทำงาน
- เสริมสร้างการนำเอาหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในการปฏิบัติงาน
- เสริมสร้างระบบ แอปพลิเคชัน และโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 5.3

พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขอ สสปน. ไปปฏิบัติ

- พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติ โดยสร้างการตระหนักรู้ในด้านความยั่งยืนให้แก่พนักงาน พัฒนากลยุทธ์ความยั่งยืนในเบื้องต้น และริเริ่มจัดทำรายงานเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรในด้านความยั่งยืนหรือความรับผิดชอบต่อสังคม

Strategy 5.2

Enhance organisation structure, people capability, process, system with good governance

- Revisiting the operating model, organisational structure, strategic workforce planning, and salary structure
- Establishing a process improvement mechanism to promote continuous improvement initiatives
- Developing and enhancing a knowledge management platform
- Enhancing leadership capabilities and employee development program
- Implementing a happy workplace program and action plan
- Enhancing the IT system, application and infrastructure
- Enhancing the implementation of good governance policies and processes

Strategy 5.3

Develop and implement TCEB's sustainable practices

- Develop, implement and position TCEB as a role model for sustainable practices by building internal awareness, high-level strategy development and reporting

The Sustainability dimension includes the following strategic themes:

ความยั่งยืน ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

Strategic Theme 6 Support the industry to achieve sustainability

การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน เป็นหนึ่งแนวโน้มที่สำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้จัดงาน และนักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจกับการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าที่ตอบสนองต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สสพ. เล็งเห็นความสำคัญดังกล่าวและได้มีการส่งเสริมการตระหนักรู้และการปฏิบัติอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับภูมิภาค โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

Sustainability is crucial for any organisation or company operating in the current world context. It is also one of the key MICE industry trends. MICE organisers and travellers are showing more interest in sustainable events or sustainable MICE that address economic, social and environmental aspects. TCEB foresees the importance of this issue and has consistently endorsed the raising of awareness and the implementation of sustainable practices in order to develop itself into be the industry leader in sustainability at a regional level through strategies:

กลยุทธ์ที่ 6.1 ประเมินผลกระทบด้านความยั่งยืนที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ (ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) Strategy 6.1 Evaluate sustainability impact to the industry (economic, social and environmental impact)

- ประเมินความต้องการของตลาดในการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้าที่ยั่งยืน และผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำผลลัพธ์ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโครงการหรือความคิดริเริ่มต่างๆ ด้านความยั่งยืน
- Evaluate demand for sustainable events, and the impact of sustainable events and initiatives on the economy, society and the environment, which can later be applied later when developing any sustainability related projects and initiatives

กลยุทธ์ที่ 6.2 จัดทำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ และการนำไปปฏิบัติ Strategy 6.2 Create sustainability guideline and support implementation

- สนับสนุนการนำ 2020 Sustainable Destination Master Plan และ Thailand Sustainable Events Guide ที่ได้มีการจัดทำไปปฏิบัติใช้ โดยสร้างโครงการ ความคิดริเริ่ม และแรงจูงใจต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีการจัดงานอย่างยั่งยืน
- Promote implementation of the 2020 Sustainable Destination Master Plan and the Thai Sustainable Events Guide, create incentives to encourage the adoption and implementation of master plan and act as a guide for the MICE industry

The Strategic theme that focuses on the collaboration with relevant stakeholders in order to support and enhance the industry in every dimension

ยุทธศาสตร์ที่ประสานความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อส่งเสริมในทุกเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง Strategic Theme 7 Engage with strategic networks to enhance policy, rules and regulations

เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน การผลักดันการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในอุตสาหกรรมได้มีการประสานงานกันอยู่เสมอ ทั้งนี้การประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกอุตสาหกรรมนับเป็นสิ่งจำเป็นในการผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสสพ. สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ความเป็นมืออาชีพ และความยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านทางกลยุทธ์ย่อย ดังนี้

Due to the nature of the MICE industry requiring interaction and building relationships with many parties, it is essential to gain support from all relevant stakeholders to enhance the development of the industry. Currently, stakeholders within the industry frequently collaborate with one another. However, collaboration with external stakeholders outside the industry is also important for Thailand MICE to grow efficiently. In this way, TCEB can create a competitive, professional and sustainable MICE industry using the following strategy:

กลยุทธ์ที่ 7.1 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์เพื่อผลักดันการแก้ไขนโยบายในระดับชาติและกฎระเบียบต่างๆ ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ความเป็นมืออาชีพ และความยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
Strategy 7.1 Engage with relevant strategic networks to drive enhancement of national policy and regulations to enable competitiveness, professionalism and sustainability of the industry

- แก้ปัญหาอุปสรรคด้านต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์และอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางผ่านทางการใช้อำนาจและบทบาทหน้าที่ของการเป็นอนุกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งอาจเข้าร่วมเป็นคณะอนุกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติเพิ่มเติมในด้านต่างๆ ที่จำเป็น และจัดให้มีการจัดตั้งอนุกรรมการภายใต้คณะกรรมการสสพ. เพื่อดูแลเรื่องที่ต้องเร่งปรับปรุงพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์
- Work with strategic partners to improve relevant rules and regulations in order to resolve problems that might affect the MICE industry, by leveraging the role of being in part of the National Tourist Board to assist MICE travellers' more efficiently. TCEB might also join other relevant groups, such as the National Tourist Board or establish a new strategy committee

พัฒนากลยุทธ์ธุรกิจไมซ์ปี 2560 จากการศึกษา 5 แนวทาง ได้แก่ กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 นโยบายประเทศไทย 4.0 นโยบายประชารัฐ แนวทางการนำศาสตร์พระราชาเป็นพื้นฐานมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน โดยนำ “หลักการทรงงาน” ที่มีวิธีคิดอย่าง “องค์รวม” (Holistic) และ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และเทรนด์ตลาดไมซ์โลก มาเป็นพื้นฐานในการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจไมซ์ปี 2560 โดยมุ่งเน้นบูรณาการความร่วมมือกับพันธมิตรในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน ทุกระดับทั้งในประเทศและนานาชาติ เพื่อผลักดันให้เกิดการสร้างงานใหม่และเพิ่มการดึงดูดไมซ์คุณภาพให้เข้ามาในประเทศไทย

แผนธุรกิจไมซ์ปี 60 สอดคล้องวิสัยทัศน์รัฐบาล มุ่งพัฒนาประเทศอย่าง มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยกลยุทธ์อุตสาหกรรมไมซ์สอดคล้องการพัฒนายุทธศาสตร์ชาติไมซ์ 20 ปี ชู 3 แนวทางหลัก คือ

- 1 การสร้างรายได้
- 2 การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม
- 3 การสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม

The MICE Development Plan 2017 has been developed based on five key studies on Thailand's 20-year National Strategy and the 12th National Economic and Social Development Plan, including the Thailand 4.0 and Pracha Rath Policy, the late King Bhumibol's holistic guidelines – from the Sufficient Economy Philosophy to Sustainable Development Goals – and global MICE industry trends. The plan emphasises the integration of public and private partnerships at the national and international level to help create new MICE events, while attracting high quality MICE events to be hosted in Thailand.

The MICE Development Plan 2017 corresponds to the government's vision that focuses on developing the country in a sustainable and prosperous manner. The MICE strategy is aligned with the 20-year MICE strategy including:

- 1 To generate revenue
- 2 To drive the country through innovation
- 3 To drive growth for the mutual benefit of all sectors of society







ด้านกลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างรายได้ Strategy 1: ‘To generate revenue’

เพื่อความมั่นคง มั่งคั่งและตลาดหลักไมซ์ต่างประเทศ เน้นตลาด เอเชีย ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย ตามลำดับ มุ่งขยายระยะเวลาการพำนักในประเทศไทยและกระจายรายได้ในการเดินทางต่อเนื่องไปยังภูมิภาคต่างๆ ส่งเสริมสถานที่จัดงานทั่วประเทศให้มีมาตรฐานและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจไมซ์ พร้อมส่งเสริมศักยภาพประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางของงานไมซ์ขนาดเมกะไซส์ โดยกระตุ้นการเดินทางนักธุรกิจไมซ์ผ่านแคมเปญการตลาด อาทิ Meet Double Cities, Meet Sustainable, Convene in Paradise และ ASEAN Rising Trade Show (ART) ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะเป็นจุดหมายของการจัดงานไมซ์ ทั้งในระดับประเทศและในระดับพื้นที่ ผ่านการตลาดเนื้อหาเชิงกลยุทธ์ชูสถานที่จัดงาน งานไมซ์ไฮไลท์ สินค้าและบริการไมซ์เด่น โดยสื่อสารการตลาดไมซ์ในต่างประเทศภายใต้แบรนด์ ‘Thailand CONNECT’

Towards prosperity by targeting international MICE markets in Asia, Europe, the Americas, and Oceania, respectively; Promote extended length of stay in Thailand and distributing income to other regions; Support the standardisation and sustainable development of MICE venues across the country by leveraging Thailand’s leadership position as a premiere destination for mega-sized MICE events through marketing campaigns. This includes Meet Double Cities, Meet Sustainably, Convene in Paradise and ASEAN Rising Trade Show (ART); Reinforce Thailand’s image as a preferred country, or area destination, through strategic content marketing that showcases MICE venues, highlighted MICE events, and unrivalled products and services under the Thailand CONNECT brand.

The two focus industries for Thailand’s MICE sector to ‘win and promote’

ด้านอุตสาหกรรมหลักที่มุ่งเน้น ‘การดึงมาและส่งเสริมธุรกิจใหม่’ แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

GROUP 1

อุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็งและรัฐบาลให้การสนับสนุนอยู่เดิม ประกอบด้วย (1) อุตสาหกรรมอาหารและสินค้าเกษตร (2) อุตสาหกรรมยานยนต์ (3) อุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพและความงาม (4) อุตสาหกรรมพลังงานและ (5) อุตสาหกรรมโครงสร้างพื้นฐาน

Existing major industries supported by the government such as (1) food and agriculture; (2) automotive; (3) health and wellness; (4) energy; and (5) infrastructure.

GROUP 2

อุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่รัฐบาลต้องการส่งเสริมเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศอย่างก้าวกระโดด ซึ่งประกอบด้วย (1) กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ (4) กลุ่มดิจิทัล (5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

Emerging future industries that the government aims to promote as Thailand has significant potential for success: (1) food, agriculture and biotechnology; (2) healthcare, wellness and medical; (3) robotics; (4) digital; and (5) creative industries.

จากกลยุทธ์ดังกล่าว สสพ. เร่งพัฒนา ‘แผนงานขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ด้วยกิจกรรมไมซ์ (MICE Economic Model for Thailand 4.0)’ ร่วมกับทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยริเริ่มจากการเป็นผู้นำดำเนิน ‘โครงการจัดทำปฏิทินกิจกรรมไมซ์ไทย’ เป็นครั้งแรกของประเทศ กำหนดหลักเกณฑ์การสนับสนุนการจัดงานไมซ์สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมที่จะเป็นต้นแบบกลไกการขับเคลื่อนให้เกิดการปฏิบัติจริงได้ในการจัดงานและส่งเสริมธุรกิจไมซ์แต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

By mapping the strategy with the MICE Economic Model for Thailand 4.0, TCEB strives to work closely with public and private sector organisations by taking the leadership role in the development of the country’s first MICE Activity Calendar. It will also identify supporting criteria for MICE events in targeted industries defined by the Thailand 4.0 policy. Additionally, the bureau will also forge partnerships with strategic allies to win and promote MICE events in each of the respective industries.



ด้านกลยุทธ์ที่ 2 : การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม

Strategy 2: ‘To drive the country with innovation’ towards stability, TCEB has outlined an action plan to help elevate MICE travellers’ experiences through innovative Digital MICE Marketing.

เพื่อความมั่นคง สสพ. วางแนวทางการสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ด้วยนวัตกรรมผ่านการตลาดไมซ์ดิจิทัล (Digital Marketing) เพื่อพัฒนาไมซ์ไทย ภายใต้แนวคิด ‘Thailand SMART MICE’ การใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือการพัฒนาตลาดไมซ์ และสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลในการวางแผนการจัดกิจกรรมไมซ์ของไทยได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริหารจัดการงานไมซ์ที่สร้างประสบการณ์น่าประทับใจ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ร่วมงานทั้งก่อนงาน ระหว่างงานและหลังงาน เช่น เทรนด์ส่งเสริมผู้จัดงานใช้เทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน เช่น Voting System เทคโนโลยีที่ช่วยดึงดูดและเพิ่มความน่าสนใจในการแสดงงาน เทคโนโลยีเสมือนจริง จอภาพที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้งาน หรือการใช้ Virtual Reality เทคโนโลยี Beacon ที่สามารถสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้า ตั้งแต่การส่งข้อมูลรายชื่อ ตรวจสอบผู้เข้าร่วมงาน แสดงข้อมูลสินค้าให้กับผู้เข้าชมในบริเวณบูธ รวมถึงเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้จัดงาน เช่น การใช้ application หรือ wearable ในการลงทะเบียนเข้างาน เป็นต้น

Encompassing the ‘Thailand SMART MICE’ initiative, TCEB will use digital and social media platforms as MICE market development and communications tools. It will allow target audiences to gain access to the required information to help them plan business events in Thailand effectively. It will create MICE activity management and engage with technologies such as voting systems, virtual reality, or beacon technology that can help support exhibitions. This will be achieved through participant listings, authentication, and showcasing relevant product information in the booth, in addition to registration via mobile applications and wearable applications.





ด้านกลยุทธ์ที่ 3 : การสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม

Strategy 3: 'To drive growth for the mutual benefit of all parts of society', towards sustainability.

เพื่อความยั่งยืน โดยชูแนวทางหลักเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ทั้งการพัฒนามาตรฐานเชิงพื้นที่และสถานที่ การสร้างงานใหม่และการยกระดับงานเดิม การพัฒนาสินค้าและบริการผ่านการสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ไทย รวมถึงการพัฒนาบุคลากรไมซ์มืออาชีพ เพื่อการสร้างโอกาสการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์กระจายสู่ภูมิภาคอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ กิจกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) มีแผนงานเด่น คือ โครงการส่งเสริมการพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ โครงการความร่วมมือภายใต้คณะกรรมการประชารัฐด้านท่องเที่ยวและไมซ์ ผ่านการส่งเสริมการตลาดแบรนด์ไมซ์ในประเทศ 'ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ' และเพิ่มการชูโครงการ 'ประชุมเมืองไทย อิมใจตามรอยพระราชดำริ' อีกหนึ่งโครงการหลัก โดยเป็นโครงการที่ส่งเสริมการเดินทางเข้าเยี่ยมชมและจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่โครงการพระราชดำริเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ของประชาชนในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กระตุ้นให้หน่วยงานจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่ต่างจังหวัดข้ามภูมิภาค โครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศในพื้นที่ชุมชน (Meet in the village) เพื่อกระจายและยกระดับรายได้จากกิจกรรมไมซ์สู่ชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

This will emphasise the domestic MICE industry through the development of domestic destinations and venues, the creation of new events and the upgrade of existing events. The promotion of products and services with a Thai identity are a key factor as well as building the capabilities of Thai MICE professionals. This initiative aims to raise domestic MICE opportunities for local communities across Thailand. Highlights of the Domestic MICE promotional plans also include the development of MICE Cities, MICE and Public Sector Cooperation under the 'Meet in Thailand' Domestic MICE brand. Furthermore, the promotion of domestic MICE activities at Royal Initiative Projects will help provide an opportunity for domestic MICE travellers to gain first-hand experiences and to learn more about the philosophy of Sufficiency Economy in many areas throughout the country, The Meet in the Village online promotion campaign will serve as a mechanism to generate and drive MICE revenue for local communities.

THE ORGANISATION MISSION 2017

01

พันธกิจขององค์กร ในปี 2560

การส่งเสริมบทบาทการเป็นผู้ประสานงานและอำนวยความสะดวก (Facilitator) ส่งเสริมความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการลดอุปสรรคและพัฒนาปัจจัยเอื้อ เช่น จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนากฎระเบียบผ่านกลไกคณะอนุกรรมการประสานงานภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์และคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรมไมซ์

To promote TCEB's role as a facilitator fostering partnerships among government, public and private sector organisations, to enhance competitiveness and reduce obstacles and challenges facing the industry such as policy recommendations for legislation through the Subcommittee for MICE and Public Sector Cooperation and the MICE Industry Strategic Committee.



02 03

การพัฒนาสำนักงานภายใต้แนวทาง ‘TCEB SMART BUREAU’ โดยส่งเสริมการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดการก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจก (Carbon footprint) เช่น การพัฒนาระบบ E-meeting การใช้ระบบ e-document (Paperless) เป็นต้น นอกจากนี้จะริเริ่มโครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการธุรกิจอย่างต่อเนื่องภายใต้มาตรฐาน ISO 22301 เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

The development of the TCEB SMART BUREAU to help promote environmental approaches and reduce carbon footprint by adopting e-meetings and e-documents (paperless) in addition to implementation of the ISO 22301 Business Continuity Standard.

การส่งเสริมการดำเนินการอย่างมีธรรมาภิบาล โดยมีเป้าหมายการประเมินผลด้านความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภายใต้โครงการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ (Integrity and Transparency Assessment - ITA) โดยตั้งเป้าให้ สสปน. อยู่ในอันดับที่ 20 (Top 20) จากหน่วยงานรัฐทั้งหมดในประเทศไทย

To promote good governance by targeting selection on the Top 20 positions in the Integrity and Transparency Assessment (ITA) open to government agencies in Thailand.



อุตสาหกรรมไมซ์มีผลลัพธ์ต่อเศรษฐกิจของประเทศหลายด้าน

เช่น สร้างขีดความสามารถ พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ สร้างเครือข่ายการค้า

The MICE industry is an instrumental force to improve the country's economy in various aspects such building capabilities, developing new products and services and creating a trading network.

MICE plan to drive Thailand แผนงานไมซ์ในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0

1

วางแผนและกำหนดกิจกรรมไมซ์ในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์
Plan and define MICE activities in each cluster group to drive the formation of a sustainable and successful cluster industry

2

จัดลำดับความสำคัญของแต่ละกิจกรรมไมซ์ เพื่อเลือกกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมาจัดก่อน รวมถึงวางตารางปฏิทินไมซ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาย่อยตามลำดับความสำคัญ เช่น การวางรูปแบบของงานไมซ์
Prioritise each MICE plan to select activities that are important to the economic development of the country on a priority basis including setting up a MICE calendar and developing sub branch industries

3

กำหนดให้สมาคมวิชาชีพ สภาอุตสาหกรรม ในการเป็นศูนย์กลางในการขอเป็นเจ้าภาพในการจัดกิจกรรมไมซ์เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรม
Assign and support the Federation of Thai Industries, a professional association representing a wide range of industries, to become the hub to encourage MICE events in each of the industries it represents

4

เลือกกลุ่มสมาคมวิชาชีพอุตสาหกรรมรายสาขาเป้าหมาย การแสดงความสนใจในการเป็นเจ้าภาพเพื่อร่วมกันทำงาน
Select the targeted industry associations that show interest in being a host to work together to develop more events

5

ให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนงบประมาณ สร้างสิ่งจูงใจเพิ่มเติมในการดึงดูดงานเข้าประเทศเพิ่มเติม
Recruit the related state associations to support a budget and create new incentives to bid for more events to Thailand

6

ร่วมมือกับ สสปน. ในการจัดทำข้อเสนอในการประมูลงานไมซ์เข้าประเทศไทย
Build partnerships and cooperation with TCEB to prepare proposals for MICE bidding in Thailand





International MICE Market Targets 2017

เป้าหมายอุตสาหกรรมไมซ์ไทยปี 2560

2.2.4

ในปีงบประมาณ 2560 สสพ. ตั้งเป้าหมายภาพรวมในการสร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจของประเทศทั้งสิ้น 155,000 ล้านบาท และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวธุรกิจไมซ์ 27.1 ล้านคน โดยแบ่งเป็นรายได้จากตลาดต่างประเทศ 101,000 ล้านบาท จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ 1,109,000 คน และรายได้จากตลาดในประเทศ 54,000 ล้านบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ 26 ล้านคน

For 2017, TCEB projects overall MICE travellers will generate THB155,000 million towards the country's economy, based on a volume of 27.1 million MICE travellers. Of the total revenue, THB101,000 million will come from the international market based on 1,109,000 international MICE travellers; and THB54,000 million will be generated from the domestic market, based 26 million domestic MICE travellers.

International MICE travellers and revenue performance projection for Fiscal Year 2017 (October 2016 to September 2017)

Industry Sector	No. of MICE Visitors (Person)	Spending per head (Baht)	Revenue (Million Baht)
Meetings	289,000	114,000	33,000
Incentives	297,000	67,000	20,000
Conventions	315,000	95,000	30,000
Exhibitions	208,000	87,000	18,000
Total	1,109,000	363,000	101,000



บทที่ 3
ทิศทางกลยุทธ์การตลาด
ประจำปีงบประมาณ 2560



Chapter 3
Marketing Strategy
for Fiscal Year 2017

03

3.1

Marketing Strategy

กลยุทธ์การตลาด

ในปีงบประมาณ 2560 สสพ. เริ่มดำเนินงานตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ ปี 2560-2564 เพื่อนำไปสู่วิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรหลักที่ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนความเป็นมืออาชีพ และการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ 2560-2561 สสพ. มุ่งเน้นภาพรวมกลยุทธ์การตลาดไมซ์ไทย คือ ‘Prepare Platform for Growth’ หรือ ‘เตรียมพร้อมเวทีสู่การเติบโต’ โดยมี 3 พื้นที่การดำเนินงานหลัก ได้แก่ ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตร (Strategic Partnership) พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความแตกต่าง (Differentiated Products and Services) และพัฒนาความเป็นมืออาชีพ (Build Professionals: People, Organizations, Destinations) วางรากฐานสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทย

For 2017, TCEB has embarked on specific mission objectives to secure the vision of the latest MICE Industry Master Plan, 2017 to 2021. The mission statement calls for TCEB to assume the role of a lead organisation that drives Thailand to become the top international conventions and exhibitions in Asia. As part of that mission, TCEB will ensure the sustainable development of the MICE industry for future generations. It endeavors to reach core objectives to quickly establish a competitive advantage, promote the highest standard of professionalism and steer the country MICE industry to sustainable growth. During the fiscal years 2017 to 2018, TCEB will focus on the overall MICE strategy in Thailand under the concept of “Prepare a Platform for Growth” that emphasises three key elements — strategic partnership; differentiated products and services; and building professionalism for people, organisations and destinations.

Prepare Platform for Growth
เป้าหมายในปี 2560

Strategic Partnership
ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตร

Differentiate Products and Services
พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความแตกต่าง

Build Professionals
(People, Organizations, Destinations)

พัฒนาความเป็นมืออาชีพ

Key Focus Areas



3.2

Thailand MICE Strategy Trends

เป้าหมายทางการตลาด

3.2.1

เป้าหมายทางการตลาดต่างประเทศ (International MICE)

กลยุทธ์การตลาดในปีงบประมาณ 2560 สสพ. มุ่งเน้นให้เตรียมความพร้อมอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งนอกจากจะสามารถรองรับนโยบายของรัฐบาลได้แล้ว ยังสอดรับกระแสการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มทางเศรษฐกิจและสังคมโลก เพื่อการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย พร้อมผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย โดย สสพ. จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้

For 2017 marketing strategy, TCEB will prepare the MICE industry for sustainable development. This is not only about supporting government policies, but also about matching current changes and global economic and social trends to drive the Thai MICE industry's growth and promote Thailand as the hub of the MICE industry in Asia. TCEB will move forward to achieve the following goals:



1. ผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศ โดยแบ่งเป็น
 - 1.1 เป้าหมายนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ จำนวน 1,109,000 ราย
 - 1.2 เป้าหมายรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 101,000 ล้านบาท

2. ยกกระดับตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทย มุ่งสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของเอเชีย (Asia's High Quality Business Events Destination) ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริมให้เกิดการจัดงานไมซ์ขนาดใหญ่ และ/หรือ งานไมซ์ในระดับโลกในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น
4. สร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างหน่วยงานภาครัฐในและต่างประเทศ
5. พัฒนาสินค้าบริการไมซ์ที่มีความแตกต่างในระดับนานาชาติ
6. ส่งเสริมแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ และสื่อสารผ่านสื่อทั่วไปและสื่อออนไลน์

1. Drive international MICE market growth to hit two targets
 - 1.1 Target 1,109,000 MICE travellers
 - 1.2 Target THB101,000 million in revenue

2. Raise Thailand's market position to become Asia's high quality business events destination, while embracing sustainable development of the MICE industry as its benchmark
3. Encourage the organising of mega MICE events and draw global MICE events to Thailand
4. Create a network of partnerships between domestic and foreign parties
5. Develop MICE products that are internationally renowned
6. Promote Thailand's MICE brand on the international stage and communicate with mass media and online media to achieve objectives

ในปีงบประมาณ 2560 การดำเนินเป้าหมายทางการตลาดในประเทศเพื่อเตรียมพร้อมเวทีสู่ความยั่งยืนสอดคล้องกับกลยุทธ์ภาพรวมการตลาด โดยอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศมุ่งเน้นด้าน ‘การพัฒนา’ เป็นหลักครอบคลุมทั้งการพัฒนาเมือง สถานที่หรือพื้นที่จัดงานไมซ์ การพัฒนาองค์กรหน่วยงาน การพัฒนางานและกิจกรรมไมซ์ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากร เพื่อวางรากฐานการเตรียมความพร้อมเวทีไมซ์สู่การเติบโตอย่างยั่งยืน โดย สสพ. จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้

For the 2017, TCEB has executed a marketing target in the country to prepare for sustainability in line with its overall marketing strategy. The domestic MICE market mainly focuses on ‘development’ covering cities and MICE venues, organisations, MICE activity and human resources to lay the foundations of a MICE platform for sustainable growth. To achieve the target, TCEB will proceed as follows:



ผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับตลาดในประเทศ โดยแบ่งเป็น

1.1 เป้าหมายนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ จำนวน 26,000,000 ราย

1.2 เป้าหมายจำนวนรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 54,000 ล้านบาท

Drive domestic MICE market growth to achieve two targets;

1.1 Target 26 million Domestic MICE travellers

1.2 Target THB54,000 million in revenue

ส่งเสริมการวิจัยและองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมไมซ์

Support research and knowledge of MICE industry

พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ครอบคลุมการพัฒนาพื้นที่ สถานที่ งานและ
กิจกรรม และบุคลากร

Develop MICE industry potential covering the development of areas, venues,
activities and personnel

สร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างหน่วยงานภาคีในและต่างประเทศ

Create partner alliances between domestic and foreign parties

พัฒนาสินค้าบริการไมซ์ที่มีความแตกต่างสำหรับตลาดในประเทศ

Develop MICE products that are specific, or different for the domestic
market

ส่งเสริมแบรนด์เอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น และสื่อสารผ่านสื่อทั่วไป
และสื่อออนไลน์

Promote brand identity for local MICE destinations and communicate
through mass media and online media to achieve objectives

1

**Drive
Domestic MICE**

2

**Support
Research**

3

**Develop
MICE Potential**

4

**Create
Partner Alliances**

5

**Develop
Products**

6

**Promote
Brand Identity**



2017 Marketing Direction

สรุปทิศทางการตลาดปี 2560



สรุปทิศทางการตลาดปี 2560 คือ การมุ่งเน้นการตลาดเชิงกลยุทธ์ตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2560-2564 ภายใต้อายุ 3 เป้าหมาย คือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitiveness) ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) และการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainability) โดยในปีนี้นั้นเน้นการดำเนินงานตามทิศทางตลาดหลัก เพื่อสร้างความพร้อมให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ ดังนี้

The MICE Industry Master Plan 2017 – 2021 has been developed with the following three strategic themes: Competitiveness, Professionalism and Sustainability. The Competitiveness Dimension includes the following strategic themes

เป้าหมายที่ 1 ความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ Strategic Theme 1: Boost business event (MICE) industry demand

- | | |
|---|---|
| (1) สร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับพันธมิตร | (1) Synergise with strategic partners |
| (2) ส่งเสริมการวิจัย และองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมไมซ์ | (2) Drive intelligence and innovations |
| (3) สร้างพื้นที่สำหรับการประสานงานและการพัฒนา
นวัตกรรม | (3) Promote innovations through MICE innovation
assessment innovation strategy |

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักเดินทางไมซ์ ได้แก่ Strategic Theme 2: Attract business events and travellers

- | | |
|--|--|
| (1) ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของอุตสาหกรรม
ไมซ์ที่สร้างความแตกต่าง ทั้งในส่วนของบริษัท
นานาชาติ และตลาดภายในประเทศ | (1) Attract business events and travellers with
differentiate/ sustainable products and
services |
| (2) เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักเดินทางไมซ์
ผ่านแนวทางผลักดันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลใน
การจัดงาน | (2) Enhance business event (MICE) planners and
travellers' experiences |

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย ได้แก่

Strategic theme 3: Promote Thailand's business event (MICE) brands and destinations

- | | |
|--|---|
| (1) ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ และเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น ผ่านแนวทางต่อไปนี้ | (1) Promote Thailand business event (MICE) brand at international level and Promote uniqueness of local MICE destinations |
| a. การทำการตลาดโดยการสร้างและสื่อสารคอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า | a. Marketing by creating and communicating effective content to reach customers |
| b. การสร้างอิทธิพลและการโน้มน้าวลูกค้าผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย | b. Influencing and persuading customers through social media |

เป้าหมายที่ 2 ความเป็นมืออาชีพ ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

The Professionalism dimension includes the following strategic themes:

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรม ได้แก่

Strategic Theme 4: Develop business event (MICE) industry capabilities

- | | |
|---|--|
| (1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านไมซ์ | (1) Develop capability and increase number of human resources |
| (2) จัดทำและนำเอามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปรับใช้ | (2) Create, implement and enhance business event (MICE) standards |
| (3) สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ในเมืองเป้าหมายกลุ่มที่ 1 | (3) Advocate development of potential business event (MICE) destinations (facilities, infrastructure, logistics, etc.) |

ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล ได้แก่

Strategic Theme 5: Enhance operational excellence with good governance

- | | |
|---|--|
| (1) เสริมสร้างโครงสร้างองค์กรของ สสปน. | (1) Revisiting the operating model, organisational structure, strategic workforce planning, and salary structure |
| (2) จัดตั้งระบบ และพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ | (2) Establishing a process improvement mechanism to promote continuous improvement initiatives |
| (3) พัฒนาแนวทางการฝึกอบรม และพัฒนาผู้นำและบุคลากรใน สสปน. | (3) Enhancing leadership capabilities and employee development program |
| (4) เสริมสร้างระบบ แอปพลิเคชัน และโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT | (4) Enhancing the IT system, application and infrastructure |
| (5) พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ไปปฏิบัติ | (5) Develop and implement TCEB's sustainable practices |



เป้าหมายที่ 3 การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

The Sustainability dimension includes the following strategic themes:

ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนอุตสาหกรรมโมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน ได้แก่ Strategic Theme 6: Support the industry to achieve Sustainability

- (1) สนับสนุนการนำ 2020 Sustainable Destination Master Plan และ Thailand Sustainable Events Guide ไปปฏิบัติ
- (2) ผลักดันให้ผู้ประกอบการผ่านการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืน เช่น Global Destination Sustainability Index (GDSI)
- (3) ประเมินผลกระทบของอุตสาหกรรมโมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- (1) Promote implementation of the 2020 Sustainable Destination Master Plan and the Thailand Sustainable Events Guide
- (2) Support the industry to achieve sustainability and raise awareness and the implementation of sustainable practices
- (3) Evaluate demand for sustainable events, and the impact of sustainable events and initiatives on the economy, society and the environment

The Strategic theme that focuses on the collaboration with relevant stakeholders in order to support and enhance the industry in every dimension



ยุทธศาสตร์ที่ 7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่
Strategic Theme 7: Engage with strategic networks to enhance policy, rules and regulations

(1) สร้างเครือข่ายพันธมิตร และผลักดันการแก้ไข
ปัญหาและอุปสรรคเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์

(1) Engage with relevant strategic
networks to drive enhancement of
national policy and regulations to
enable competitiveness, professionalism
and sustainability of the industry

ความได้เปรียบในการแข่งขัน

- 1 ผลักดันความต้องการ
การจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์
 - สร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับพันธมิตร
 - ส่งเสริมการวิจัย และองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมไมซ์
 - สร้างพื้นที่สำหรับการประสานงานและการพัฒนานวัตกรรม

- 2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และ
จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์
 - ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของอุตสาหกรรมไมซ์ที่ความแตกต่างทั้งในส่วนของระดับนานาชาติและตลาดภายในประเทศ
 - เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์ ผ่านแนวทางต่อไปนี้
 - ผลักดันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดงาน

- 3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็น
จุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย
 - ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ และเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น ผ่านแนวทางต่อไปนี้
 - การทำตลาดโดยการสร้างและสื่อสารคอนเทนต์ ที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า
 - การสร้างอิทธิพลและการโน้มน้าวลูกค้าผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย

ความเป็นมืออาชีพ

- 4 Develop MICE industry
potential
 - พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์
 - จัดทำ และนำเอามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปรับใช้
 - สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ในเมืองเป้าหมาย

- 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ
ภายใต้หลักธรรมาภิบาล
 - เสริมสร้างโครงสร้างองค์กรของ สสปน.
 - จัดตั้งระบบ และพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ
 - พัฒนาแนวทางการฝึกอบรม และพัฒนาผู้นำและบุคลากรใน สสปน.
 - เสริมสร้างระบบ แอปพลิเคชัน และโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT
 - พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ไปปฏิบัติ

การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

- 6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้
เติบโตอย่างยั่งยืน
 - สนับสนุนการนำ 2020 Sustainable Destination Master Plan และ Thailand Sustainable Events Guide ไปปฏิบัติ
 - ผลักดันให้ผู้ประกอบการผ่านการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืน เช่น Global Destination Sustainability Index (GDSI)
 - ประเมินผลกระทบอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ความร่วมมือ

- 7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ใน
การพัฒนา นโยบาย กฎ
และ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง
 - สร้างเครือข่ายพันธมิตร และผลักดันการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์

Strategy

“Preparation Platform for Growth” 2017 Goal

Competitiveness

- 1** Boost business event (MICE) industry demand
 - Synergise with strategic partners to expand the market and boost demand
 - Drive intelligence and innovations
 - Promote innovations through MICE innovation assessment innovation strategy

- 2** Attract business events and travelers
 - Attract business events and travelers with differentiate/sustainable products and services
 - Enhance business event (MICE) planners and travelers' experiences
 - Enhance business event (MICE) planners and travelers' experiences through digital technology and exceptional services

- 3** Promote Thailand's business event (MICE) brands and destinations
 - Promote Thailand business event (MICE) brand at international level and Promote uniqueness of local MICE destinations
 - TCEB should focus on making Thailand's and the local area's brands and image to be widely recognised at the global level through online and offline channels

Professionalism

- 4** Develop MICE industry potential
 - Develop the capacity and capability of human resources and entrepreneurs to meet industry demand
 - Create, implement and enhance relevant industry standards using a certification and recertification program
 - Advocate development of potential business event (MICE) destinations

- 5** Enhance operational excellence with good governance
 - Revisiting the operating model, organisational structure, strategic workforce planning, and salary structure
 - Establishing a process improvement mechanism to promote continuous improvement initiatives
 - Enhancing leadership capabilities and employee development program
 - Enhancing the IT system, application and infrastructure
 - Develop and implement TCEB's sustainable practices

Sustainability

- 6** Support the industry to achieve sustainability
 - Promote implementation of the 2020 Sustainable Destination Master Plan and the Thailand Sustainable Events Guide
 - Support the industry to achieve sustainability and raise awareness and the implementation of sustainable practices
 - Evaluate demand for sustainable events, and the impact of sustainable events and initiatives on the economy, society and the environment,

Collaboration

- 7** Engage with strategic networks to enhance policy, rules and regulations
 - Engage with relevant strategic networks to drive enhancement of national policy and regulations to enable competitiveness, professionalism and sustainability of the MICE industry



บทที่ 4
ทิศทางกลยุทธ์ แผนงาน และการสื่อสาร
ประจำปีงบประมาณ 2560



Chapter 4
TCEB's Strategic Direction,
Action Plan and Communications
Direction 2017

04

4.1

Bidding Strategic Plan (WIN)

แผนงานด้านการประมูลสิทธิ์งานและจัดงาน

แผนงานด้านการประมูลสิทธิ์และจัดงานของ สสปน. ดำเนินการทางการตลาดเชิงรุก มุ่งเน้นที่การประมูลสิทธิ์ การจัดงาน และเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ โดยในปีหน้าจะเน้นการสนับสนุนการประมูลสิทธิ์และการจัดงานประชุมนานาชาติขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น ตั้งเป้าหมายประมูลสิทธิ์งานใน 5 อุตสาหกรรมหลัก คือ สุขภาพ/การแพทย์ พลังงาน อาหารและอุตสาหกรรมเกษตร โครงสร้างพื้นฐาน และ โลจิสติกส์ และยานยนต์/อิเล็กทรอนิกส์ สอดรับกับอุตสาหกรรมหลักที่รัฐบาลให้การสนับสนุน ซึ่งเน้นบูรณาการการทำงานร่วมกับพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการเพิ่มจำนวนและรายได้จากนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้าสู่ประเทศไทย ด้วยงบประมาณ 424.524 ล้านบาท โดยดำเนินการผ่านกิจกรรมหลัก ดังต่อไปนี้

The Bidding strategic plan targets mega-events that Thailand could secure through proactive marketing and innovative strategies. This will ensure more events are hosted with an increase in the number of participants from international countries. In 2017 and 2018, TCEB will concentrate on bidding for events and organising large-scale international conventions that focus on five key sectors — health and wellness; energy; food and agribusiness; infrastructure and logistics; and automotive and electronics. This is in line with the government’s direction and call for stronger integration and cooperation with partners in the MICE industry to achieve the goal of attracting more events that increase the attendance of international delegates and increase revenue generated from MICE travellers to Thailand. The budget allocation is THB424.524 million. The main activities are as follows:

01

สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย

- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 43,000 ราย
- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ 38,500 ราย
- การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ 43 งาน
- การจัดงานมหกรรมนานาชาติ และเมกะอีเวนท์ 16 งาน

Support the organisation of events in Thailand

- 43,000 International MICE travellers for Corporate Meetings and Incentives
- 38,500 International MICE travellers for Conventions
- 43 Exhibitions.
- 16 International Festivals and Events

02

สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงานในประเทศไทย

- การจัดประชุมนานาชาติ 25 งาน
- การจัดงานมหกรรมนานาชาติ และเมกะอีเวนท์ 1 งาน

Bidding Support for MICE in Thailand

- 25 International Conventions
- 1 major International Festivals and Events



03

จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทนใน 9 ประเทศ

- การประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 7 ราย ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ออสเตรเลีย อินเดีย และอังกฤษ
- การจัดประชุมนานาชาติ 1 ราย ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา
- การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ 3 ราย ได้แก่ ประเทศจีน อินเดีย และเวียดนาม

Appoint overseas marketing representatives to implement marketing activities in 9 countries

- 7 Representatives for Corporate Meetings and Incentives in the United States, China, Japan, Singapore, Australia, India and the United Kingdom
- 1 Representative for Conventions in the United States
- 3 Representatives for Exhibition in China, India and Vietnam

04

เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโบซ์ในต่างประเทศ (Trade Shows) ในตลาดต่างประเทศจำนวน 5 งาน

- การประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 5 งาน

Participate in 5 International MICE Trade Shows

- 5 International MICE Trade Shows for Corporate Meetings and Incentives

05

จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Road Shows/ Sales Missions ในตลาดต่างประเทศจำนวน 37 ครั้ง

- การประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 8 ครั้ง
- การจัดประชุมนานาชาติ 10 ครั้ง
- การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ 19 ครั้ง

Organise 37 Roadshows and Sales Missions in overseas markets

- 8 for Corporate Meetings and Incentives
- 10 for International Conventions
- 19 for Exhibitions

06

การจัดกิจกรรมสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพและความพร้อมของประเทศ (Familiarisation Trips/ Site Inspections) จำนวน 11 ครั้ง

- การประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 3 ครั้ง
- การจัดประชุมนานาชาติ 2 ครั้ง
- การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ 2 ครั้ง
- การส่งเสริมตลาดในประเทศและกลุ่มประเทศ CLMV 2 ครั้ง

Organise 11 Familiarisation Trips and Site Inspections

- 3 Corporate Meetings and Incentives
- 2 for International Conventions
- 2 for Exhibitions
- 2 for Domestic MICE and CLMV

การจัดแคมเปญส่งเสริมการตลาด และโปรโมชันส่งเสริมการขาย Promote marketing campaigns and promotions

7.1 ตลาดการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล Corporate Meetings and Incentives

แคมเปญส่งเสริมการตลาด Meet in Style, Meet in Thailand ส่งเสริมการตลาด 5 กลุ่มสินค้าและบริการหลัก ได้แก่

Meet in Style, Meet in Thailand campaign focusing on 5 main products and services

01 “Meet at Delightful Destinations”

นำเสนอจุดหมายปลายทางที่หลากหลายนอกเหนือจาก 5 เมืองไมซ์หลัก โดยนำเสนอเมืองที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์อื่นๆ อาทิ เชียงราย/ เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี/ กระบี่/ เขาใหญ่ นครราชสีมา/ หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์

to showcase MICE destinations besides the 5 MICE Cities, which have the potential to organise MICE events such as Chiang Rai, Samui Island in Surat Thani, Krabi, Khao Yai in Nakhon Ratchasima and Hua Hin in Prachuap Khiri Khan. Thailand’s landscape ranges from tropical beaches to mountains and rainforests.

02 “Meet at Breathtaking Venues”

นำเสนอการจัดงานในสถานที่แปลกใหม่

to present some of Thailand’s fresh, unique off-site venues

03 “Meet with Energy”

ชุกิจกรรมการผจญภัย (Outdoor Adventures) รวมถึงกิจกรรมการสร้างทีมเวิร์ค (Treasured Team Building)

to highlight outdoor adventures and treasured team building activities

04 “Meet the Sustainable Way”

นำเสนอการจัดกิจกรรม CSR และการจัดประชุมเชิงอนุรักษ์ (CSR and Green meetings) to provide the chance to host green meetings and CSR activities

05 “Meet Around Great Flavours”

การนำเสนออาหารไทยและความหลากหลายของวัฒนธรรมทางอาหารในทุกกิจกรรม (Culinary Journeys)

to offer unique culinary journeys, from street food to fine dining, and traditional Thai cuisine



Promotional packages

โปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

“Meet Double Cities”

สำหรับการเดินทางที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศอย่างน้อย 200 คน มีการพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 4 คืน และมากกว่า 1 จุดหมายปลายทาง โดย สสปน. จะให้การสนับสนุนงบประมาณเป็นจำนวนเงินสูงสุด 100,000 บาท เปิดรับสมัครแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2559 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2560 และต้องเดินทางในประเทศไทย ภายใน 31 ธันวาคม 2560

presents international corporate clients the opportunity to discover the diversity of Thailand. Requirements include a group size of more than 200 delegates, and staying in Thailand at least four nights in more than one city. The organiser will receive financial support of 100,000 baht. Applications are open from 1 October 2016 until 30 September 2017, and travel must take place by 31 December 2017.

“Meet Sustainable Way”

สำหรับการเดินทางที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศอย่างน้อย 200 คน มีการพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน และมีกิจกรรม CSR ในกำหนดการจัดงาน หรือจัดงานในสถานที่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน “Thailand MICE Venue Standard (TMVS) โดย สสปน. จะให้การสนับสนุนงบประมาณเป็นจำนวนเงินสูงสุด 100,000 บาท เปิดรับสมัครตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2559 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2560 และต้องเดินทางในประเทศไทย ภายใน 31 ธันวาคม 2560

helps promote sustainable MICE practices in Thailand. Requirements include a group size of more than 200 international delegates, staying in Thailand at least three nights, and incorporating CSR activities in the programme or organizing events at Thailand MICE Venue Standard-certified venues. The organiser will receive financial support of 100,000 baht. Applications are open from 1 October 2016 until 30 September 2017, and travel must take place by 31 December 2017.

“Thailand BIG Thanks!”

โปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์กลุ่มเมกะไซต์ เป็นแคมเปญสำหรับการเดินทางที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว กลุ่มไมซ์จากต่างประเทศอย่างน้อย 2,000 คน มีการพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน โดย สสปน. จะให้การสนับสนุนงบประมาณ เป็นจำนวนเงินสูงสุด 2,000,000 บาท เปิดรับสมัครต่อเนื่องตั้งแต่ปีที่ผ่านมา จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2560 และต้องมีการเดินทางในประเทศไทย ภายใน 31 ธันวาคม 2560

campaign was created to help drive the sector through a financial subsidy scheme of up to THB2 million for eligible mega size events with more than 2,000 international delegates staying at least three nights in the country. Available until 30 September 2017, the event must convene by 31 December 2017.

Thailand CONNECT TCEB

CONNECT Destinations

Experience vibrant journeys with
exclusive packages



7.2 ตลาดการจัดประชุมนานาชาติ International Conventions

แคมเปญส่งเสริมการตลาดและโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย “Convene in Paradise” ฉบับสมบูรณ์

การประชุมนานาชาติ ที่จัดโดยผู้จัดงานที่เป็นสมาคม หน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา องค์กรที่ไม่มีผล ประโยชน์ และบริษัทผู้จัดงาน โดยเปิดตัวใน ปีงบประมาณ 2559 จนถึงปีงบประมาณ 2560 เพื่อ สนับสนุนการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ใน ประเทศไทย ที่มีการจัดประชุมนานาชาติไม่น้อยกว่า 2 วันเต็ม ได้แก่

- (1) การประชุมนานาชาติที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่าง ประเทศอย่างน้อย 1,000 คน โดย สสพ. จะให้ การสนับสนุนงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท
- (2) การประชุมนานาชาติใน 5 อุตสาหกรรมหลัก และ มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศอย่างน้อย 500 คน (ประกอบด้วย สุขภาพ/การแพทย์ พลังงาน อาหารและอุตสาหกรรมเกษตร โครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ และยานยนต์/ อิเล็กทรอนิกส์) โดย สสพ. จะให้การสนับสนุน งบประมาณ เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท
- (3) การประชุมของสมาคมวิชาชีพในต่างประเทศที่ เข้ามาจัดงานประชุมในประเทศไทย (offshore meeting) โดยจะต้องมีผู้เข้าร่วมประชุมจาก ต่างประเทศอย่างน้อย 200 คน และร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศจะต้อง มาจากประเทศเดียวกัน โดย สสพ. จะให้ การสนับสนุนงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน 300,000 บาท

“Convene in Paradise” campaign

The campaign aims to provide financial support in the international conventions sector if it meets the following simple criteria

- Hosted by an association, government agency, education institution, non-profit organization, PCO or conference organiser
- Hosting a convention lasting at least 2 full days
- Confirmation is received by TCEB prior to 30 September 2017

Support in the “Convene in Paradise” promotional campaign will be provided to the following groups:*

- 1 million Baht support for conventions with a minimum attendance of 1,000 international delegates
- 1 million Baht support for conventions in the 5 ‘Focus Industries’ with a minimum attendance of 500 international delegates. The five industries comprise: Health & Wellness, Energy, Food & Agribusiness, Infrastructure & Logistics, and Automotive & Electronics
- 300,000 Baht support for offshore conventions with a minimum attendance of 200 international delegates, where 80% of the delegates originate from the same country

Thailand celebrates the success of your convention with you

Convene in Thailand with our "Convene in Paradise" promotional campaign and make your event even more remarkable with up to 1,000,000 Baht support!



Thailand makes a strong case as Asia's premier location for business events. A strategically vital location in the center of Asia. Natural beauty and legendary hospitality. Impeccable infrastructure and facilities. When coupled to the irresistible "Convene in Paradise" promotional campaign, we can elevate the quality of your convention and create a heavenly moment together in Thailand.

Support* in the "Convene in Paradise" promotional campaign will be provided to the following groups:

- 1,000,000 Baht support for conventions with a minimum attendance of 1,000 international delegates.
- 1,000,000 Baht support for conventions in the 5 "Focus Industries" with a minimum attendance of 500 international delegates. The five industries comprise: Health & Wellness, Energy, Food & Agribusiness Infrastructure & Logistics, and Automotive & Electronics.
- 300,000 Baht support for offshore conventions with a minimum attendance of 200 international delegates, where 80% of the delegates originate from the same country.

*Terms & Conditions apply

Contact us at www.businesseventsthailand.com
or conveneinparadise@tceb.co.th

Thailand CONNECT 

7.3 ตลาดการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ Exhibitions

แคมเปญส่งเสริมการตลาดและโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ภายใต้ “Thailand Extra Exhibition” Premier Exhibition Access Program

โปรแกรมสำหรับอำนวยความสะดวกในการทำ Site Inspection การให้ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของไทย และการเชื่อมโยงเครือข่ายทางธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐ ให้กับผู้จัดงานจากต่างประเทศเพื่อชักจูงให้เกิดการตัดสินใจในงานแสดงสินค้าเข้ามาจัดที่ประเทศไทย

“EXHIBIZ IN MARKET”

เพื่อดึงกลุ่มสมาคม สมาพันธ์ หอการค้า ตัวแทนขายภาครัฐบาล นำคูนานาชาติ (International Pavilion) ให้เข้ามาร่วมจัดงาน ซึ่งคาดว่าจะแคมเปญดังกล่าวนี้ จะช่วยขยายการเติบโตให้กับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในด้านพื้นที่สิทธิการจัดงาน และมีผู้แสดงงานที่มีคุณภาพเข้ามาร่วมงานจัดในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดย สสพ. จะให้การสนับสนุนงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน 1,500 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับพื้นที่ 36 ตารางเมตรแรก และ 20 ดอลลาร์สหรัฐสำหรับพื้นที่ทุกๆ 1 ตารางเมตรที่เพิ่มขึ้น

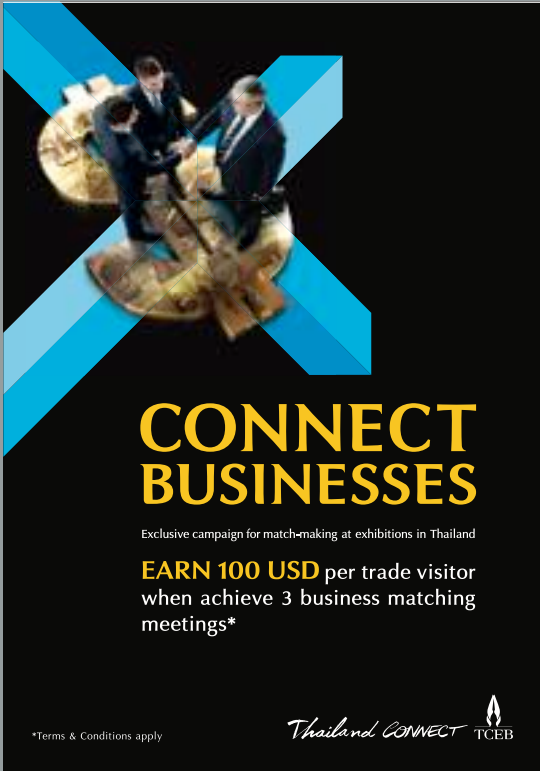
“Thailand Extra Exhibition” campaign Premier Exhibition Access Programme

In order to help familiarise exhibition organisers with the facilities and services available in Thailand, TCEB has developed a familiarisation programme, This package is offered only to international organisers who do not have a branch office in Thailand, have never organised an international exhibition in Thailand and plan to bring new exhibition to Thailand. Only an organiser and/or a show owner is eligible for this one-time site inspection. We will be your entrusted planning partner, providing tailored services based on your exhibition and trade show requirements. Contact Exhibitions & Events Department to expand your businesses in ASEAN.

“EXHIBIZ IN MARKET” campaign

This campaign will assist in expanding exhibition space for events hosted in Thailand by attracting associations, federations, chambers of commerce, Non-Profit Organisations, government sectors and Exhibition Sales Agents from worldwide to exhibit at an international trade exhibition in Thailand. The campaign aids exhibition space sales through referrals and recommendations. TCEB will provide financial support of USD1,500 for the first 36 square metres and USD20 for every 1 sqm increase in space.





**CONNECT
BUSINESSES**

Exclusive campaign for match-making at exhibitions in Thailand

EARN 100 USD per trade visitor
when achieve 3 business matching
meetings*

*Terms & Conditions apply

Thailand *CONNECT* TCEB

“CONNECT Businesses” campaign

เพื่อเจาะกลุ่มสมาคม สมาพันธ์ หอการค้า หน่วยงานภาครัฐ และ MICE Travel Agent ในการดึงนักธุรกิจจากประเทศอาเซียนบวกหก และกลุ่มประเทศบิมสเทค เข้าร่วมงานและจับคู่ธุรกิจภายในงานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดขึ้นในประเทศไทย โดย สสปน. จะให้การสนับสนุนงบประมาณ 100 ดอลลาร์สหรัฐต่อนักธุรกิจ 1 ท่าน เมื่อจับคู่ธุรกิจได้ 3 ครั้ง

campaign will tap Business Trade Associations, Federations, Chambers of Commerce, Non-Profit Organisations, MICE travel agents, Industrial Publications from ASEAN plus Six and BIMSTEC countries for Match-making at Exhibitions in Thailand. TCEB will provide financial support of USD100 per trade visitor when achieve 3 business matching meetings.

“Be My Guest” campaign

การสนับสนุนห้องพักให้กับผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติในการดึงผู้ซื้อจากทั่วโลก

This campaign is a quick-win visitor promotion for organisers to attract key international buyers to trade shows in Thailand. TCEB will grant a financial subsidy on room nights at official hotels designated by organisers.



Highlight MICE in Thailand 2017

In 2017, highlighted MICE in Thailand breakdown into two categories: ภาพรวมงานไมซ์เด่น ประจำปีงบประมาณ 2560 แบ่งเป็น 2 งานหลัก คือ

1

Highlighted MICE events supported by TCEB. งานไมซ์สำคัญที่ สสปน. ให้การสนับสนุน อาทิ



- งาน Asia Pacific Society of Respirology 2016 (12-15 พฤศจิกายน 2559) จัดที่กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2,000 คน
- งาน 10th International Petroleum Technology Conference (14-16 พฤศจิกายน 2559) จัดที่กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 4,500 คน
- งาน Affiliate World Asia 2016 (5-6 ธันวาคม 2559) จัดที่กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 1,500 คน
- งาน 29th Congress of International Society of Sugar Cane Technologist (5-8 ธันวาคม 2559) จัดที่เชียงใหม่ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2,000 คน
- Asia Pacific Society of Respirology 2016 (12 - 15 November 2016) in Bangkok with 2,000 delegates
- The 10th International Petroleum Technology Conference (14 - 16 November 2016) in Bangkok with 4,500 delegates
- Affiliate World Asia 2016 (5 - 6 December 2016) in Bangkok with 1,500 delegates
- The 29th Congress of International Society of Sugar Cane Technologist (5 - 8 December 2016) in Chiang Mai with 2,000 delegates

- งาน Nan-shan Life Insurance มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2,000 คน แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา
>> วันที่ 9-26 กุมภาพันธ์ 2560 เส้นทาง กรุงเทพฯ – หัวหิน และ กรุงเทพฯ – เชียงใหม่
>> วันที่ 4-9 มีนาคม 2560 เส้นทาง กรุงเทพฯ และ one day trip ไปอยุธยา
- งาน Manulife MDRT PEAK Convention 2017 (3-7 มีนาคม 2560) จัดที่ พัทยา มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2,000 คน
- งาน VIV ASIA 2017 (15-17 มีนาคม 2560) เป็นงานแสดงสินค้าด้านปศุสัตว์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย คาดการณ์นักธุรกิจต่างชาติเดินทางเข้าร่วมงานประมาณ 30,000 คน
- งาน Organo Unite Asia Convention (22-26 มีนาคม 2560) จัดที่ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2,000 คน
- งาน Bangkok Entertainment Fest 2017 (เมษายน-พฤษภาคม 2560) คาดการณ์จำนวนผู้เข้าร่วมงานประมาณ 400,000 คน โดยมีผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติประมาณ 10%
- งาน Infinitus Overseas Training (พฤษภาคม 2560) จัดที่ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 10,000 คน

- Nan-shan Life Insurance attracted 2,000 participants divided into two periods 9 - 26 February 2017, routed Bangkok – Hun Hin and Bangkok - Chiang Mai 4 - 9 March 2017, in Bangkok and a daytrip to Ayutthaya
- Manulife MDRT Peak Convention 2017 (3 - 7 March 2017) in Pattaya with a forecast of 2,000 delegates
- VIV Asia 2017 (15 to 17 March 2017) in Bangkok, the largest international platform for Southeast Asia's booming animal protein production and processing industry with a forecast of 30,000 international trade visitors.
- Organo Unite Asia Convention (22 - 26 March 2017) in Bangkok with a forecast of 2,000 delegates
- Bangkok Entertainment Fest 2017 (April - May 2017) is expected to attract 400,000 visitors of whom 10% international delegates.
- Infinitus Overseas Training (May 2017) in Bangkok with a forecast of 10,000 delegates

- งาน Herbalife Southeast Extravaganza (18-21 พฤษภาคม 2560) จัดที่ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงาน ประมาณ 10,000 คน
- งาน ASEAN sustainable energy week 2017 (7-10 มิถุนายน 2560) จัดที่ กรุงเทพฯ คาดการณ์ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 3,300 คน
- งาน 10th International Convention of Asia Scholars (ICAS) (20-23 กรกฎาคม 2560) จัดที่ จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้เข้าร่วมงาน ประมาณ 1,500 คน
- งาน The 11th International Congress of the International Society for Hemodialysis 2017 (2 – 5 สิงหาคม 2560) จัดที่ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2,000 คน
- งาน 2017 PCMA Global Professional Conference – Asia Pacific (28 – 31 สิงหาคม 2560) จัดที่ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 35 คน
- งาน UIA’s Associations Roundtable Asia-Pacific 2017 (21 – 22 กันยายน 2560) จัดที่ เชียงใหม่ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 100 คน
- งาน IT&CM Asia & CTW Asia Pacific 2017 (26-28 กันยายน 2560) จัดที่ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 2,500 คน เป็นงานไมซ์เทอร์คิโรว์สำคัญของภูมิภาคเอเชียที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 16
- Herbalife Southeast Extravaganza (18 to 21 May 2017) in Bangkok, with a forecast of 10,000 delegates
- ASEAN sustainable energy week 2017 (7 -10 June 2017), in Bangkok is expected to attract 3,300 visitors.
- The 10th International Convention of Asia Scholars (ICAS) (20 - 23 July 2017) in Chiang Mai, is expected to attract 1,500 visitors.
- The 11th International Congress of the International Society for Hemodialysis 2017 (2 - 5 August 2017) in Bangkok, is expected to attract 2,000 visitors.
- 2017 PCMA Global Professional Conference – Asia Pacific (28 - 31 August 2017) in Bangkok, is expected to attract 35 visitors.
- UIA’s Associations Roundtable Asia-Pacific 2017 (21 - 22 September 2017) in Chiang Mai, is expected to attract 100 visitors.
- IT&CM Asia & CTW Asia Pacific 2017 (26 - 28 September 2017) in Bangkok, is a significant MICE and trade show event in Asia. Hosted in Thailand for the last 15 years, this year is the event’s 16th edition and consecutively it should attract 2,500 visitors.



- งาน Thailand Incentive & Meeting Exchange 2017 (TIME 2017) India Edition กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม
- งาน Thailand International Exhibitions & Events Forum 2017 (TIEEF 2017) กำหนดจัดงาน มกราคม 2560
- งาน MICE Standard Day 2017 กิจกรรมมอบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานในอุตสาหกรรมไมซ์
- งาน MICE Academy and MICE Career Day 2017 การจัดกิจกรรมการสร้างเครือข่ายองค์ความรู้สำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์และเชื่อมโยงสู่การส่งเสริมการจ้างงานของผู้ประกอบการ
- งาน ASEAN Conference on MICE 2017 การประชุมเชิงวิชาการเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และงานวิจัย
- งาน MICE DAY 2017 การจัดงานแถลงแผนบูรณาการธุรกิจไมซ์ ปี 2561 และสัมมนาเทรนด์ไมซ์ให้ความรู้ภายใต้แนวคิด 'Thailand SMART MICE' โดยเชิญผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ร่วมงาน
- งาน THAILAND DOMESTIC MICE MART 2017 กิจกรรมการส่งเสริมการขายสำหรับผู้ประกอบการและผู้ซื้อสำหรับตลาดไมซ์ในประเทศ กำหนดจัดใน 3 เมือง ภูเก็ต และขอนแก่น
- Thailand Incentive & Meeting Exchange 2017 (TIME 2017) India Edition, an activity offering the MICE industry a new platform for knowledge exchange and business opportunities
- Thailand International Exhibitions & Events Forum 2017 (TIEEF 2017), January 2017
- MICE Standard Day 2017, an activity to certified MICE venues under the Thailand MICE Venue Standard
- MICE Academy and MICE Career Day 2017 provides a platform for MICE education and professional development. Creating Future MICE Leaders into the MICE Industry
- ASEAN Conference on MICE 2017, conference aims to leverage knowledge and policy exchange, and driving regional ties towards the mutually beneficial goal of accommodating MICE travellers from around the globe
- MICE Day 2017, to drive Thailand's MICE Industry to New Heights with the Integrated Strategic Plan 2018, Knowledge and Experience Exchange under the theme 'Thailand SMART MICE'
- Thailand Domestic MICE MART 2017, the biggest Domestic MICE trade negotiating platform helping generate business opportunities for Local Thai MICE operators. This year will be held in Phuket and Khon Kaen.



4.2

Plan to Promote the Image of Thailand's MICE Industry (PROMOTE)

แผนงานด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์

แผนงานด้านการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะจุดหมายหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย มุ่งเน้นการส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ โดยส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรม การจัดประชุมและงานแสดงสินค้าของไทยผ่านกิจกรรมทางการตลาดและการร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังเน้นการส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น โดยส่งเสริมการสร้างและกำหนดตำแหน่งแบรนด์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นและประชาสัมพันธ์จุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่นสู่ตลาดเป้าหมายในและต่างประเทศ ผ่านทุกช่องทางการสื่อสารออฟไลน์ และออนไลน์ ด้วยงบประมาณ 190.5 ล้านบาท โดยดำเนินการผ่านกิจกรรมหลัก ดังต่อไปนี้

The plan is based on Thailand's image enhancement programme that positions the country as the main destination of the MICE industry in Asia. It focuses on brand promotion of the Thai MICE industry at an international level by promoting the image of the convention and exhibition industries through marketing activities and cooperation with public and private sectors, both domestic and international. In addition, it also focuses on promoting the identity of local MICE destinations; promoting the creation and branding of local brands; and promoting local MICE destinations to targeted domestic and international markets through all offline and online communication channels. Through a budget of THB190.5 million, the bureau will embark on specific key activities:

พัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย

- พัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ ผ่านแบรนด์ “Thailand Connect: Your Vibrant Journey to Business Success” เสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ในฐานะจุดหมายหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย
- พัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในประเทศ ผ่านแบรนด์ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” สร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพื่อส่งเสริมให้มีการจัดงานและเข้าร่วมงานประชุมและงานแสดงสินค้าในประเทศไทย

1

Develop brand and promote the image of the MICE industry in Thailand

- Develop branding and promote Thailand’s MICE industry image on the international stage via “Thailand Connect: Your Vibrant Journey to Business Success” branding campaign that builds Thailand’s image as the key MICE destination in Asia
- Develop brand and promote Thailand’s MICE industry in the country through “Prachum Muangthai Pumjai Chuay Chart” (Meet in Thailand ... Prosperous Thailand) campaign to create awareness and understanding in Thailand’s MICE industry and encourage event organising and stronger participation in events

สร้างความรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ในและต่างประเทศ

จัดทำ ผลิต และเผยแพร่ สื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในและต่างประเทศ เช่น การจัดทำเอกสารส่งเสริมการขาย โบรชัวร์ แผ่นพับ วิดีทัศน์ ไรลล์อัพ โฆษณาสปอต สกู๊ปและบทความประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

2

Raise awareness of the MICE industry in the country and overseas

Producing and distributing marketing promotional materials for domestic and international markets such as brochures, leaflets, videos, roll-up, spot ads, scoops and articles through print media, radio and television

ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ

จัดทำ ผลิต และเผยแพร่ สื่อองค์กรสำหรับตลาดในและต่างประเทศ เช่น วารสาร สสพ. MICE Journal รายงานประจำปี กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชนสัมพันธ์ การแถลงข่าว การสัมภาษณ์ผู้บริหาร การจัดทำคำกล่าวผู้บริหาร

3

Promote TCEB’s image in the country and overseas

Producing and distributing the organisation’s media content in the country and overseas such as TCEB MICE Journal, the Annual Report, public relations activities, media relations, press conferences and executive interviews and statements

จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโบซ์ในและต่างประเทศ

- การออกแบบ จัดทำ และบริหารจัดการคูหานิทรรศการประเทศไทยในงานเทรดโชว์ ภายใต้ การสื่อสารแบรนด์ “Thailand Connect: Your Vibrant Journey to Business Success” จำนวน 6 งาน ได้แก่ AIME 2017, IT&CM China 2017, IMEX Frankfurt 2017, IT&CMA and CTW 2017, IMEX America 2017 และ IBTM WORLD 2017
- การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อ Visibility ในงานเทรดโชว์ เช่น แบนเนอร์ สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 4 งาน ได้แก่ AIME 2017, IMEX Frankfurt 2017, IT&CMA and CTW และ IBTM WORLD 2017
- การจัดทำ Global Sponsorship Thailand Café จำนวน 2 งาน ได้แก่ IMEX Frankfurt 2017 และ IMEX America 2017
- การจัดทำสื่อส่งเสริมกิจกรรมการตลาด เช่น VR Thailand 360 องศา กิจกรรมและโชว์การแสดง ภายในงาน ตลอดจนของที่ระลึกการจัดงาน
- การจัดทำบูธโรบอเคลื่อนที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ‘Pop Up Thailand’ สนับสนุนการจัดงาน ของ สสปน. และการสร้างการรับรู้ให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ในและต่างประเทศ
- การสนับสนุนงานไมซ์สื่อมวลชนในและต่างประเทศ ได้แก่ การสนับสนุนงาน Honda LPGA 2017, งาน World Film Festival 2017 เป็นต้น

4

Organise MICE marketing and promotional activities in the country and overseas

- Design and manage Thailand’s exhibition booths under “Thailand Connect: Your Vibrant Journey to Business Success” concept at six significant trade shows such as AIME 2017, IT&CM China 2017, IMEX Frankfurt 2017, IT&CMA and CTW 2017, IMEX America 2017 and IBTM WORLD 2017
- Raise awareness through visibility media at trade shows such as banners, online media, print media at four events, namely, AIME 2017, IMEX Frankfurt 2017, IT&CMA and CTW and IBTM WORLD 2017
- Organise global sponsorship for Thailand Café at two events — IMEX Frankfurt 2017 and IMEX America 2017
- Promote marketing activities such as VR Thailand 360 degree and show performances at events and provide souvenirs
- Make mobile booths ‘Pop-Up Thailand’ to support TCEB and create awareness for the MICE industry in the country and overseas
- Support MICE media relations in the country and overseas such as supporting Honda LPGA 2017 and World Film Festival 2017

5

ส่งเสริมธุรกิจออนไลน์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (E- Marketing)

- แคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2017
- บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management)
- การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ e-Mail Marketing และการโปรโมทสื่อดิจิทัล
- โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising)
- พัฒนาเนื้อหาและจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลและสื่อการขายดิจิทัล
- สื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ออนไลน์ภาพถ่าย Virtual Reality 360 องศา

Promote E-Marketing for MICE industry

- Spice Up Your Business Agenda 2017 campaign
- Social media management
- e-Mail Marketing and digital promote
- Online advertising
- Develop content and creative designs for digital media, public relations and digital sales media
- Use marketing and online media in terms of Virtual Reality 360 degree

ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย และไมซ์ซิตี้ เพื่อยกระดับสู่ตลาดไมซ์คุณภาพ

- การตลาด การประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และการแสดงศักยภาพไมซ์ซิตี้ผ่านการเข้าร่วมงานเทรดโชว์ โรดโชว์ และการประชุมอุตสาหกรรม เป็นต้น
- การสร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้ เมืองที่มีศักยภาพ และ สสพ. (MICE City Summit)
- การพัฒนาสินค้าและบริการไมซ์จากท้องถิ่นสู่ระดับสากล (เอกสารประชาสัมพันธ์)

6

Promote Thailand image and MICE Cities to raise the quality of MICE market

- Marketing, public relations, business networking and MICE Cities promotions at trade shows, roadshows and meetings
- Organise MICE City Summit and Forum to exchange knowledge through workshops for MICE Cities, potential MICE cities and TCEB
- Develop MICE products and services at local and international levels through press releases



4.3

TCEB'S Development Plan (DEVELOP) แผนงานด้านการพัฒนา

แผนงานด้านการพัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยนั้น มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยพัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์ พร้อมไปกับการจัดทำ นำไปใช้ และเสริมสร้างยกระดับมาตรฐานให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมไปถึงการสนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ที่มีศักยภาพ สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืนด้วยการประเมินผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน และนำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ด้วยงบประมาณ 100.391 ล้านบาท โดยดำเนินการผ่านกิจกรรมหลัก ดังต่อไปนี้

TCEB's development plan focuses on building the potential of the MICE industry, improving capacity and increasing the number of MICE personnel, enhancing MICE industry standards, supporting potential MICE venue development and supporting the MICE industry to grow sustainably by assessing MICE industry impact on the economy, society and environment. It also encourages entrepreneurs and organisers to achieve sustainable standard certification and apply MICE industry's sustainable operational guidelines. Through a budget of THB100.391 million, the main activities are as follows:

Develop MICE industry potential in four areas:
พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ 4 ด้าน ได้แก่

MICE Academy การดำเนินงานด้านการศึกษสำหรับสถาบันการศึกษาและเยาวชน ปีนี้ สสพ. ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรใหม่ภายใต้วิชาการจัดงานอีเว้นท์ หรือ Event 101 เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ที่เข้มข้นในวิชาการจัดงานอีเว้นท์โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นหลักสูตรเล่มแรกของประเทศไทย พร้อมผลักดัน 5 สถาบันอาชีวศึกษาให้เปิดหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาการจัดการประชุมและนิทรรศการ โดยตั้งเป้าสร้างบุคลากรไมซ์รุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ และเป็นมืออาชีพในระดับอุดมศึกษาจำนวน 4,000 คน และในระดับอาชีวศึกษา 1,000 คน

1

MICE Academy an educational initiative for educational institutions and youth. This year, TCEB will develop a new curriculum Event 101 to further build comprehensive knowledge of events both theory and practice. It will be the first curriculum in Thailand to achieve comprehensive goals. The bureau will spearhead effort to encourage five vocational colleges to offer High Vocational Certificate Courses in the tourism Industry, with a Major in meetings and exhibitions studies. These endeavours will help produce a new generation of more than 4,000 university graduates and 1,000 college graduates dedicated to the Thai MICE sector.

Trade Education การศึกษาไมซ์เพื่อภาคธุรกิจ มุ่งให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดอบรมหลักสูตรด้านไมซ์นานาชาติให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการไมซ์ในสาขาทั้งการประชุม การจัดงานแสดงสินค้า หรือ การจัดงานอีเว้นท์ โดยมีหลักสูตร อาทิ Certified in Exhibitions Management (CEM) ซึ่งเป็นหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ และ Certified Meeting Professional (CMP) ซึ่งเป็นหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชุมนานาชาติ

2

Trade Education: a MICE education for business focusing on driving Thailand as a host for international MICE curriculum training programmes for MICE organisers across all sectors of the events business. It adopts the Certified in Exhibitions Management (CEM), an international exhibition management curriculum, and Certified Meeting Professional (CMP), an international meeting management curriculum.



MICE Standards

สำหรับแผนงานในประเทศจะขยายการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานในประเทศไทย ภายใต้โครงการ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) ประเภทห้องประชุม (Meeting Room) ให้มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะเมืองโมซ์ซิตี้ทั้ง 5 แห่ง และเมืองที่มีศักยภาพการจัดงานไม่ซ้ำตามคลัสเตอร์ของรัฐบาล และเป็นปีที่เริ่มการประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานในประเทศไทยประเภทสถานที่แสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition Venue) พร้อมดำเนินการจัดทำมาตรฐานประเภทสถานที่จัดงานพิเศษ (Special Event Venue)

สำหรับแผนงานในต่างประเทศในการขยายมาตรฐานสถานที่จัดงานโมซ์สู่ระดับอาเซียนนั้น รัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียนทั้ง 10 ประเทศมีมติเห็นชอบให้ประเทศไทยโดย สสพ. เป็นผู้นำประเทศอาเซียนจัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานโมซ์ในอาเซียน หรือ ASEAN MICE VENUE STANDARD (AMVS) และประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพการจัดอบรม 1st ASEAN MICE VENUE STANDARD AUDITOR Training ในระหว่างวันที่ 15-18 มีนาคม 2560 เพื่อให้ประเทศในอาเซียนรับทราบวิธีการตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงาน นอกจากนี้ จัดทำมาตรฐานใหม่ Food Waste Prevention เพื่อให้ผู้ประกอบการไม่ซัดและจัดการขยะจากการให้บริการอาหารให้ลดน้อยลง ตอบสนองนโยบายองค์การสหประชาชาติที่กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs)

3

MICE Standards:

For domestic plan, TCEB will further extend the adoption of the Thailand MICE Venue Standard (TMVS) – Meeting Room, especially in the five MICE Cities, and other high potential cities in line with the government's identified clusters. This year will also mark the beginning of the assessment of the exhibition venue category and the development of the special event venue category.

At a international level, the 10 ASEAN tourism ministers voted that Thailand, through TCEB, would take the lead role in the development of the ASEAN MICE Venue Standard (AMVS). During 15 to 18 March 2017, Thailand hosted the 1st ASEAN MICE Venue Standard Auditor Training to provide insights into assessment and certification processes. Furthermore, TCEB will develop the Food Waste Prevention Standard to encourage MICE operators to reduce and better manage food waste, in accordance with the United Nations' Sustainable Development Goals (SDGs).

MICE Sustainability มุ่งพัฒนาการอบรมหลักสูตร Sustainable Events Professional Certificate (SEPC) เพื่อให้องค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ในการจัดงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ตั้งเป้าจัดอบรมครั้งแรกปี 2561 พร้อมต่อยอดโครงการ Farm to Functions ส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ในการจัดซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากเกษตรกรโดยตรง และการจัดงานแบบไร้คาร์บอน (Carbon Neutral Events) โดยในปีนี้จะมีการจัดงานแบบไร้คาร์บอนจำนวน 5 งาน คาดว่าจะช่วยลดคาร์บอนได้ทั้งสิ้น 100 ตัน

- พัฒนาเครือข่ายพันธมิตร
- ประชุมร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและเอกชน (Team Thailand)
- ประชุมเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐในกรอบอาเซียนเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- บริหารจัดการช่องทางพิเศษสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Fasttrack) เพื่อต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน
- ประชุมสัมมนาเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการภาครัฐ เพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อสนับสนุนหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและเอกชนดำเนินกิจกรรมไมซ์ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

4

MICE Sustainability: TCEB will focus on the Sustainable Events Professional Certificate (SEPC) to help expand the knowledge and skills of sustainability professionals in the context of environment, society, and economy for the MICE industry. This programme will be launched in Thailand in 2018. In addition, the Farm to Functions campaign will further encourage MICE operators to use organic produce from farmers who have adopted organic cultivation principles. TCEB will also promote Carbon Neutral Events this year. Five events have been identified, this year that will reduce carbon emission by 100 tons, through the implementation of TCEB's recommendations.

- Develop alliance network
- Meeting with public and private partnerships (Team Thailand)
- Meeting with the government agencies for the ASEAN framework to develop Thailand's MICE industry
- Activate MICE Fast track service for MICE travellers that TCEB supports
- Organise seminars about government policies and measures to solve problems and obstacles facing the Thai MICE industry and support public and private partnerships to operate MICE activities conveniently and efficiently

4.4

Integrated Plan to Generate Revenue from Tourism and Service

แผนงานบูรณาการการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ

แผนงานบูรณาการการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ โครงการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศ เป็นการบูรณาการการทำงานร่วมกัน เพื่อเพิ่มและเสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE) ให้เป็นธุรกิจสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการกระจายรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศและเป็นกลไกในการพัฒนาชาติที่สำคัญ สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนจัดประชุม สัมมนาในประเทศไทย และเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์สัมผัสถึงศักยภาพความพร้อมของสถานที่จัดงาน และการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศ ด้วยงบประมาณ 90 ล้านบาท โดยดำเนินการผ่านกิจกรรมหลัก ดังต่อไปนี้

Integrated plan to generate revenue from tourism and service supporting the organisation of domestic conventions and exhibitions. This integration will increase and support the development of domestic MICE to be a key business that boosts revenue distribution and stimulates the country's economy. This is a key tool for national development in line with the government's policy that focuses on encouraging public, private and people to organise meetings and seminars in the country and enhance the MICE traveller's experience and knowledge about the potential of venues and the readiness of the MICE industry to offer a diverse range of activities in the country. Through a budget of THB90 million, the main activities are as follows:





1

เสริมสร้างศักยภาพของ เมืองไมซ์ซิตี้ และเมืองรองที่มีศักยภาพ

- ศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)
- พัฒนาสินค้าและบริการไมซ์จากท้องถิ่นสู่ระดับสากล
- ยกกระต๊อบงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events)
- ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ
- สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้เมืองที่มีศักยภาพและ สสปน. (MICE City Summit)
- ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์

Strengthen the potential of MICE Cities and its potential secondary cities

- Study and prepare strategic data of MICE Cities and potential cities (city profile)
- Develop local MICE products and services internationally
- Raise the quality and scope of highlighted events in MICE Cities (flagship events)
- Marketing / Public Relations / Business Networking
- Create a forum for knowledge exchange through workshops between MICE cities, potential MICE cities and TCEB (MICE City Summits)
- Promote and advise on MICE industry infrastructure development

2

ส่งเสริมการจัดงาน Domestic Exhibition และการประชุมเมืองไทยภูมิใจช่วยชาติ

- ส่งเสริมการจัดงาน Domestic MICE (ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ) สร้างการจัดงานและสนับสนุนงานข้ามภูมิภาค จำนวน 68 งาน
- การประชุมวิชาชีพร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support) เช่น หอการค้าสภาอุตสาหกรรม โครงการประชารัฐ และภาคเอกชนในจังหวัดต่างๆ

Promote and organise Domestic Exhibition and “Meet in Thailand ... Prosperous Thailand”

- Promote the organisation of domestic MICE “Meet in Thailand ... Prosperous Thailand”, to create events, while organising and supporting cross-regional work involving 68 identified events
- Organise professional meetings with partner organisations (alliance and support) such as chambers of commerce, industry federations, Pracharath project and private sector endeavours in the provinces

- Thailand Domestic MICE Mart 2017 จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ การจัดงานที่จังหวัด ขอนแก่น และ ภูเก็ต
- ส่งเสริมการจัดงาน Domestic Exhibition สนับสนุนการจัดงานใหม่ๆ ในภูมิภาคเน้นการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการควบคู่ไปกับการจัดสัมมนาตามแผน Thailand 4.0
- สนับสนุน Empowering Thai Exhibition ปีที่ 2
- Organise two editions of the Thailand Domestic MICE Mart 2017 in Khon Kaen and Phuket
- Promote domestic exhibitions by organising new events in various regions of the country that have a strong exhibition content together with seminars in line with Thailand 4.0
- Support the second edition of Empowering Thai Exhibition

3

ส่งเสริมความร่วมมือด้านการจัดประชุมและการแสดงสินค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษและพื้นที่ตะเข็บชายแดน (CLMV)

- สนับสนุนและส่งเสริมทางการขายและการตลาดกลุ่มประเทศ (CLMV) โดยสนับสนุนทางการเงิน
- กระตุ้นการจัดประชุมสัมมนาและการจัดกิจกรรมการขายและการตลาด (CLMVT SEZ) (เทรดโชว์ โรดโชว์ และเซลส์มีสชั่น)
- สร้างพันธมิตรธุรกิจไทยผ่านบริษัทข้ามชาติที่มีฐานอยู่ในประเทศไทย (EXPAT)
- สัมมนาและการสร้างการรับรู้ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ใน 6 จังหวัด ได้แก่ ตราด นครพนม กาญจนบุรี สงขลา หนองคาย เชียงราย ที่มีเขตเศรษฐกิจพิเศษ
- สร้างการรับรู้สินค้าและบริการ (CLMVT FAM Trip) ที่กรุงเทพฯ

Promote convention and exhibition integration in special economic zones (SEZ) and border areas identified as CLMV. (Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam)

- Support and promote sales and marketing in CLMV countries with financial support
- Encourage seminars and sales and marketing activities (CLMVT SEZ) (Trade Show/Road Show / Sales Mission)
- Build Thai-expatriate business partnership through multinational companies based in Thailand
- Organise seminars and raise awareness in special economic zones (SEZ) in six provinces — Trat, Nakhon Phanom, Kanchanaburi, Songkhla, Nong Khai and Chiang Rai
- Create product and service awareness (CLMVT fam trips) in Bangkok

4.5

Branding Strategy and Communication: A strategic Plan 2017

Promote branding to position Thailand's as a MICE destination

ทิศทางกลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารประจำปีงบประมาณ 2560
ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย

กลยุทธ์การตลาดและภาพลักษณ์องค์กรประจำปี 2560 Marketing strategy and TCEB's Brand image in 2017

TCEB further enhance the Thailand brand internationally through its three key strategies and three core strengths.



ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ

- ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมจัดงานประชุมและการแสดงสินค้าของไทยผ่านกิจกรรมทางการตลาดและการร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ

Promote Branding of Thailand MICE in international level

Promote Branding of Thailand's MICE Industry through marketing activities and cooperation with both domestic and international public and private sectors



ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น

- สร้างและกำหนดตำแหน่งแบรนด์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นและประชาสัมพันธ์จุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่นสู่ตลาดเป้าหมาย

Promote the identity of the local MICE destination

Create local brand identity and promote local MICE destinations to the targeted markets

แนวทางการดำเนินงานการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรประจำปี 2560

Strategy and Planning for Marketing and Corporate Image 2017

<p>บูรณาการการทำงานร่วมกับภาครัฐ และ เอกชน เพื่อหาหรือแนวทางการทำกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ พัฒนาสินค้าบริการ และส่งเสริม การตลาดอุตสาหกรรมไมซ์</p>	<p>Integrate work with the public and private sectors to discuss public relations activities, develop service products and promote the marketing of the MICE industry (Hand-in-Hand marketing & promotion)</p>	<p>1</p>
<p>พัฒนากิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับ ความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย โดยประสาน งานร่วมกับฝ่ายงานต่าง ๆ ภายใน สสปน.</p>	<p>Develop marketing activities to meet the needs of target customers by coordinating with various departments within TCEB (Targeted Activities, Targeted Industries)</p>	<p>2</p>
<p>ศึกษาสำรวจแบรนด์คู่แข่ง และทบทวนจุดแข็ง ของแบรนด์ไมซ์ไทย และไมซ์ซิตี้ เพื่อพัฒนาแผน งานและทิศทางการตลาด</p>	<p>Explore the competitive branding and review the brand strengths of Thai MICE and MICE Cities to develop a plan and marketing strategic direction (Focused Brand, Effective Plan)</p>	<p>3</p>
<p>นำเสนอภาพความสำเร็จของกิจกรรมการตลาด ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในเวทีระดับโลก</p>	<p>Present the success of Thailand MICE industry in the international level (Master MICE Events, Present to the World)</p>	<p>4</p>
<p>นำเสนอองค์ความรู้ และประโยชน์ของ อุตสาหกรรมหลักต่อยอดจากงานไมซ์ที่จัดขึ้นใน ประเทศไทย</p>	<p>Present knowledge and benefits of the major industries gained from MICE events held in Thailand (From International MICE Platform to the World of Business)</p>	<p>5</p>

Marketing strategy and Corporate image 2017

กลยุทธ์การตลาดและภาพลักษณ์องค์กรประจำปี 2560

1

การตลาดเจาะลูกค้าเป้าหมาย

Tap targeted markets (Focus on customisation, personalisation, and storytelling)

2

การตลาดชุมชนไมซ์ อาทิ ผลต่อเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ การดึงดูดงานและการเพิ่มจำนวนงาน การพัฒนาบุคลากรและมาตรฐาน การนำเสนอองค์ความรู้การพัฒนาอุตสาหกรรมต่อยอดเวทีไมซ์ เป็นต้น

Marketing MICE success such as the MICE impact on the economy, bidding for and increasing events, personnel and standards development and presentation of the industry's knowledge development (Show results of marketing campaigns. For example; economic impact, the increase in number of participants, ROI, job creation)

3

การตลาดเชิงข้อมูล เนื้อหางานวิจัยและสถิติที่เชื่อถือได้

Informational marketing, reliable research and statistical content (emphasise on good data collection and reliable statistics)



4

การตลาดจับมือพันธมิตร

Affiliate Marketing (co-create, strategic partnership with relevant stakeholders to reach wider audiences)

5

การตลาดเทคโนโลยีเพื่อการจัดงานไมซ์

Technology Marketing for MICE events
(Emphasis on interactive campaigns.
For example; displays, activities at
tradeshaw)

6



การตลาดสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ไมซ์

Create MICE brand identity (Create
unique branding and strategic
positioning plan for local MICE
destinations)



Strategic Direction and Brand Communication 2017 for International market

4.5.1

ทิศทางกลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสาร ประจำปีงบประมาณ 2560 สำหรับตลาดต่างประเทศ



การส่งเสริมตลาดไมซ์ของไทยปี 2560 เดินหน้าอย่างเต็มกำลังเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อการจัดงานเชิงธุรกิจของภูมิภาค ภายใต้แคมเปญ “THAILAND CONNECT Your Vibrant Journey to Business Success” ซึ่งเป็นการพัฒนาต่อยอดมาจากกลยุทธ์สื่อสารแบรนด์ในปี 2559 – Thailand Connect..Our Heart, Your World

ภายใต้แบรนด์ ‘Thailand CONNECT Your Vibrant Journey to Business Success’ จะนำเสนอภาพรวมของสีสันการเดินทางสู่ความสำเร็จทางธุรกิจโดยยังคงความต่อเนื่องในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยจุดเด่นของประเทศไทยทั้ง 3 ด้าน คือ จุดหมายปลายทาง (destination) โอกาสทางธุรกิจ (business) และ บุคลากรมืออาชีพ (people)

The 2017 MICE marketing promotion will be moving forward using the country's utmost potential to mobilise Thailand as the perfect destination for business and leisure under the “THAILAND CONNECT Your Vibrant Journey to Business Success” campaign, which has stemmed from the 2016 campaign known as THAILAND CONNECT Our Heart Your World.

The Thailand CONNECT Your Vibrant Journey to Business Success continues to build on the strong legacy of the three fundamental pillars of Thailand's MICE industry including (1) Destinations (2) Business and (3) People, by showcasing the best of all three elements.

The three key pillars of Thailand's MICE industry

จุดเด่นของประเทศไทยในด้านจุดหมายปลายทาง (destination) เป็นการนำเสนอสีสันของจุดหมายปลายทางที่สร้างแรงบันดาลใจไม่รู้จบผ่าน 3 มิติ

1. มิติทางด้านภูมิศาสตร์ - ด้วยทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ในจุดรอยต่อของภูมิภาคเอเชีย เป็นศูนย์กลางอาเซียน และยังเป็นประตูเปิดสู่กลุ่มตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วดังเช่นประเทศในกลุ่มอนุภาครุ่มแม่น้ำโขง ประเทศไทยจึงเป็นจุดหมายของการเดินทางที่มีความเหมาะสมมากที่สุดเพราะสามารถตอบโจทย์ความต้องการในรูปแบบ “Bleisure” หรือ การเดินทางทั้งด้าน “ธุรกิจ” และ “การพักผ่อน” ไปพร้อมๆ กันได้ ทำให้ทุกกิจกรรมเชิงธุรกิจประสบผลสำเร็จอย่างน่าจดจำ
2. ระบบโลจิสติกส์ขั้นเลิศ - การขยายโครงข่ายสาธารณูปโภคของประเทศไทย ทั้งในส่วนของระบบคมนาคมและการขนส่ง เชื่อมต่อการเดินทางสร้างความสำเร็จให้กับผู้จัดงานด้วยโอกาสทางธุรกิจมากมาย
3. ความหลากหลาย เดิมสีสันให้การเดินทางธุรกิจ – จุดหมายปลายทางและสถานที่จัดงานที่หลากหลายของไทย สร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และน่าประทับใจให้กับกิจกรรมเชิงธุรกิจมากมายให้เลือกสรร

DESTINATIONS OF THAILAND: Exploring vibrant destinations embraced with vivid inspirations, highlighting three key attributes, which include:

1) **Strategic Location:** Thailand is a perfect stop for bleisure trips (business + leisure). Ideally located at the crossroads of Asia, Thailand is a gateway and the hub of ASEAN. Thailand also serves as the gateway to the fast-growing Greater Mekong Sub-region, making it a perfect stop for both business and leisure.

2) **Logistics Excellence:** More travelling routes, more dynamic possibilities: Thailand boasts logistics excellence and excellent transportation meaning MICE travellers have myriad choices of travel in Thailand. Business journey in Thailand is geared towards success owing to such comprehensive infrastructure and logistics excellence.

3) **Diversity of Destinations & Experiences:** Colour Your Business Journey: MICE travellers can enjoy a pre-imagined meeting themes that can transform a usual venues into any theme events as far as you can imagine: including fascinating history and culture; treasured team building; outdoor adventures; CSR and green meetings; lavish luxury; culinary journeys; and beach bliss theme.

จุดเด่นของประเทศไทยในด้านโอกาส
ทางธุรกิจ (Business) เป็นการนำเสนอ
ความพร้อมของประเทศไทยที่สามารถ
สร้างโอกาสทางธุรกิจใน
ระดับนานาชาติ ใน 3 ด้าน

1. การสนับสนุนจากภาครัฐ – ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยได้รับการผลักดันด้วยนโยบายก้าวกระโดดของภาครัฐทั้งโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจ “ประเทศไทย 4.0” และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล โครงสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศเหล่านี้ จะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ที่เข้ามาจัดงานในประเทศไทยก้าวสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ
2. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและดิจิทัล – โครงสร้างพื้นฐานด้านระบบดิจิทัลของประเทศไทยมีการพัฒนาเติบโตอย่างรวดเร็ว นำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างการเชื่อมต่อที่ไร้ขีดจำกัด
3. ศูนย์กลางของความร่วมมือ – ประเทศไทยได้รับความไว้วางใจให้เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ขององค์กรธุรกิจชั้นนำของโลก อาทิ Google, Line, Alibaba, Honda, Ford, Chevron ฯลฯ

BUSINESS IN THAILAND:
Embarking on the resourceful
Thailand with vital business
collaborations for worldwide
opportunities, highlighting three
key attributes, which include:

- 1 **Supported by Government:** Strongly backed up by the Government policy, MICE industry of Thailand is gearing towards the brighter future, so business event travellers can rest assure that Thailand can help them complete their business missions successfully and efficiently.
- 2 **Advanced Technology and Digital Facility:** The digital ecosystem in Thailand is growing rapidly nowadays with the continuous development of digital infrastructure, digital service and digital economy paving the way for innovative path of borderless connectivity.
- 3 **International Competency:** Trusted as the regional headquarters for several leading global corporations such as Google, Line, Alibaba, Honda, Ford, Chevron and many more.

1. การสนับสนุนที่นำไปสู่ความสำเร็จ – ข้อดีของการจัดกิจกรรมเชิงธุรกิจในประเทศไทย คือ การได้รับการต้อนรับอย่างดีเยี่ยม และการอำนวยความสะดวกอย่างเต็มที่จากภาครัฐและประชาชน
2. การให้บริการที่เหนือกว่ามาตรฐาน – บุคลากรด้านไมซ์ของไทยเต็มเปี่ยมไปด้วยความมุ่งมั่น และทักษะความสามารถ และพร้อมที่จะสร้างความสำเร็จไปกับผู้จัดงานธุรกิจ
3. ความท้าทายใหม่จากเจ้าของธุรกิจเกิดใหม่ – กลุ่มธุรกิจ “สตาร์ทอัพ” ของประเทศไทย ถือเป็นกำลังสำคัญที่จะสร้างความแปลกใหม่ให้กับธุรกิจและได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล

จุดเด่นของประเทศไทยในด้านบุคลากรมืออาชีพ (People) เป็นการนำเสนอบุคลากรด้านไมซ์ของไทยที่มีทักษะความสามารถ มีความมุ่งมั่นและให้บริการดีเยี่ยมด้วยความเป็นมืออาชีพ ผสมผสานเสน่ห์แบบไทย และมีทัศนคติในการทำงานที่มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จพร้อมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่

- 1 **Ease of doing business:** Your vibrant business journeys starts at the very first step of arrival with Premium Lane service at Suvarnabhumi Airport. Wherever you go and do businesses in Thailand, there are helpful and professional people to assist along the journey throughout the trip.
- 2 **Professionalism goes beyond standard:** Business event travellers can find it very convenient to stage a successful event in Thailand as industry people are all well-trained to deliver professionalism in every step of doing business.
- 3 **Access to New Generation of Business:** Thailand is the crossroads of young entrepreneurs and start-ups and the Thai government has the scheme to provide support and facilitate for these start-ups.

PEOPLE OF THAILAND: Engaging passionate professionals with a touch of Thai vibrancy. Thailand's MICE professionals are more than ready to service the needs of any business events and make any business journey a vibrant journey, highlighting three key attributes, which include:

แผนงานสื่อสารธุรกิจไมซ์ในตลาดต่างประเทศตามแบรนด์แคมเปญ

“THAILAND CONNECT Your Vibrant Journey to Business Success” เน้นการบูรณาการงานด้านการสื่อสารทุกประเภท (Integrated Marketing Communication) เพื่อมุ่งส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมโยงธุรกิจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปสู่ความสำเร็จระดับโลกด้วยศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ผ่านการใช้แบรนด์แคมเปญการสื่อสาร “THAILAND CONNECT Your Vibrant Journey to Business Success”

MICE business communications plan in the international market

under “THAILAND CONNECT Your Vibrant Journey to Business Success” emphasises integrated marketing communication to promote Thailand as a connecting point to drive the economy to global success tapping the full potential of the Thai MICE industry.



กลยุทธ์การวางสื่อต่างประเทศ

ด้านการสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศนั้น สสพ. กำหนดกลยุทธ์การวางสื่อแบ่งตามรายภูมิภาค โดยมีกลยุทธ์การวางสื่อที่สอดคล้องกับตลาดไมซ์เป้าหมายของ สสพ. โดยมีสัดส่วนการวางสื่อ ดังนี้

1. สื่อที่ครอบคลุมภูมิภาคเอเชียร้อยละ 70
2. สื่อที่ครอบคลุมภูมิภาคยุโรป อเมริกา ร้อยละ 20
3. สื่อที่ครอบคลุมทั่วโลก ร้อยละ 10

International media strategy

For MICE communications in the international market, TCEB sets the media strategy by region aligning it with TCEB's targeted markets. The breakdown of media placement are:

1. Media covering Asia 70%
2. Media covering Europe and America 20%
3. Media covering worldwide 10%

สำหรับแผนการวางสื่อนั้น เน้นไปที่สื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศเป็นหลัก โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

Media plans will focus on foreign publications
mainly divided into three parts:

สื่อธุรกิจในเอเชีย

Business media in Asia (Business Asia)

สื่ออุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย

MICE industry in Asia (MICE Asia)

สื่ออุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลก

MICE industry media around the world
(MICE Worldwide)



ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ Examples of print media and television

นิตยสาร Sawasdee

นิตยสาร TIMES

นิตยสาร Economist

นิตยสาร CEI

นิตยสาร CEI Venue

นิตยสาร Biz Events Asia

นิตยสาร Business Traveller

นิตยสาร TTG MICE (ASIA)

หนังสือพิมพ์ 21st Century Business Herald

นิตยสาร Tradefair

นิตยสาร Exhibition World

นิตยสาร AMI

นิตยสาร M&IT

นิตยสาร HQ Europe

สื่อโทรทัศน์ CNN

Sawasdee Magazine

TIMES Magazine

Economist Magazine

CEI Magazine

CEI Venue Magazine

Biz Events Asia Magazine

Business Traveller Magazine

TTG MICE (ASIA) Magazine

21st Century Business Herald Newspaper

Tradefair Magazine

Exhibition World Magazine

AMI Magazine

M&IT Magazine

HQ Europe Magazine

CNN Television

กิจกรรมด้านการสื่อสารต่างประเทศ

การบูรณาการงานด้านการสื่อสาร จะวางงบประมาณกิจกรรมด้านการโฆษณาร้อยละ 50 กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ร้อยละ 30 และกิจกรรมด้านการจัดอีเวนต์ร้อยละ 20 โดยมีกิจกรรมสำคัญด้านการสื่อสารที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2560 โดยสรุปประกอบด้วย

International Communication Activity

The breakdown of the communication activity budget shows integrated marketing communications represents 50% of the spending, public relations activities 30% and event organising activities 20%. The major communication activities undertaken during the fiscal year 2017 are summarised as follows:

โครงการ Thailand's MICE United: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย สร้างสรรค์ธุรกิจยั่งยืน

ปีที่ 4 ประจำปีงบประมาณ 2560 โดย สสพ. ริเริ่มแคมเปญนี้ครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ. 2557 ในชื่อว่า “Thailand's MICE UNITED: พี่นฟูเศรษฐกิจไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์” โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยการนำเสนอถึงจุดเด่นของไทยตามแนวทางการสื่อสาร Thailand CONNECT ชูความพร้อมประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการค้าเงินธุรกิจของภูมิภาค การเป็นสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์ที่มีความหลากหลาย การให้บริการและมาตรฐานอย่างมืออาชีพ พร้อมนำเสนอศักยภาพของเมืองไมซ์ซีดี อันจะส่งผลต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ด้วยกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับภาคีอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และประสบความสำเร็จด้วยดี ดำเนินการแคมเปญต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 Thailand's MICE United : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย สร้างสรรค์ธุรกิจยั่งยืน” โดยมีเป้าหมายเพื่อผลักดันประเทศไทยในการ

Thailand's MICE United: Drive Thai Economy Create Sustainable MICE Industry Year 4 for 2017

TCEB introduced 'Thailand's MICE UNITED: Recover Thai Economy Join MICE Business ', a strategic initiative to boost confidence in Thailand's MICE industry. It also integrates partnerships with the government and the private sector to promote the MICE industry. This is achieved through presenting Thailand's core MICE assets based on the communications direction of the Thailand CONNECT campaign. Highlights are: Showing Thailand's readiness to be a regional business hub, mixed-use event venue, while offering professional services and standards; presenting the potential of MICE Cities to support the country's image building; and continuing joint marketing activities with MICE industry partners, in both public and private sectors.

เป็นจุดหมายปลายทางการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในภูมิภาค ผ่านการผนึกกำลังความร่วมมือระหว่าง สสพ. และหน่วยงานภาคอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชีย ต่อยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างยั่งยืน

Based on successful achievements, the campaign is continuing for its fourth year. Thailand's MICE United: Drive Thai Economy Create Sustainable MICE Industry Year 4 aims to promote Thailand as a destination for MICE activity organising across the region through partnerships between TCEB and MICE industry partners, both public and private. This is part of the drive to ensure Thailand becomes a leader of conventions and exhibitions in Asia, which in turn will reinforce and develop further the Thai MICE industry.

การบูรณาการการทำงาน 3 กิจกรรมหลักภายใต้โครงการ ประกอบด้วย

- (1) แพคเกจส่งเสริมการตลาด Thailand CONNECT Welcome Package 2017
- (2) สื่อส่งเสริมการตลาดและการขาย
- (3) กิจกรรมสื่อมวลชนในและต่างประเทศ
- (4) กิจกรรมโรดโชว์ในต่างประเทศ

Integration of 3 main activities under the project consists of:

- (1) Thailand CONNECT Welcome Package 2017
- (2) Marketing and sales promotions
- (3) Media activities in the country and overseas
- (4) Overseas roadshows

2. แผนกลยุทธ์และทิศทางการตลาดไมซ์ 2560
3. การสำรวจอัตราการรับรู้ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย
4. การสำรวจความชื่นชอบที่ลูกค้าและนักเดินทางมีต่อแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย
5. การจัดทำรายงานวิเคราะห์ตลาดไมซ์

2. Strategic plan and MICE marketing direction 2017
3. Thai MICE industry brand recognition survey
4. Exploring customer and traveller preferences for the Thai MICE industry
5. MICE market analysis report

6. การจัดพาวิลเลียนประเทศไทยในกิจกรรมเทรดโชว์ รวม 6 ครั้ง– IMEX AMERICA, IBTM World, AIME, IT & CM, IMEX FRANKFURT and ITCMA & CTW
 7. การจัดโรดโชว์ในตลาดต่างประเทศ จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ ญี่ปุ่น และจีน
 8. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ ผ่านกลุ่มสื่อมวลชนต่างประเทศในกิจกรรมเทรดโชว์ รวมจำนวน 6 ครั้ง IMEX AMERICA, IBTM World, AIME, IT&CM, IMEX FRANKFURT และ ITCMA&CTW และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในงานโรดโชว์ตลาดเป้าหมาย รวมจำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ ญี่ปุ่น และจีน
 9. กิจกรรมการจัดทำ Testimonial เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ และสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศ กิจกรรมการบูรณาการข้อมูลและทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ผลิตสฤิปโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศ เช่น ดำเนินงานด้านการสื่อสารและส่งเสริมการตลาดร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
 10. การส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมและการสื่อสารในต่างประเทศ เช่น สื่อที่ติดตั้งภายในงานเทรดโชว์ พร้อมนำเสนอแคมเปญสื่อสารแบรนด์ประเทศไทยผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับประสบการณ์สุดพิเศษ อาทิ การวาดระบายสีร่ม, การประดิษฐ์เข็มกลัดดอกไม้อไทยจากแผ่นเงินแผ่นทอง, การสัมผัสมุมมองประเทศไทยผ่านภาพวิดีโอเสมือนจริง 360 องศา (VR) ผ่านเมืองไมซ์ ซิตี้ของประเทศไทย อีกทั้งยังมีการจัดทำบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Pop-up Thailand) เพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์
6. Organising Thailand Pavilions at 6 Trade Shows – IMEX AMERICA, IBTM World, AIME, IT & CM, IMEX FRANKFURT and ITCMA & CTW
 7. Organising two road shows in Japan and China
 8. Public relations activities in international markets through foreign media at six trade shows – IMEX AMERICA, IBTM World, AIME, IT&CM, IMEX FRANKFURT and ITCMA&CTW and public relations activities during the road shows in Japan and China
 9. Testimonial activities through international publications and international television media, information integration activities and collaboration with various agencies, producing a television scoop to promote Thailand’s image through international television such joining hands with the Tourism Authority of Thailand (TAT) to extend communications and marketing promotions.
 10. Promotions through activities and communications overseas such as targeting media attending trade shows. This will include presentations of Thailand’s branding communications campaign, as well as highlighting activities to give participants a unique experience. They could include activities such as painting an umbrella, creating a Thai flower brooch from gold plate, watching Thailand 360 degree virtual reality videos via MICE Cities and using mobile booths (Pop-up Thailand Booth)

11. การเชิญสื่อมวลชนต่างประเทศร่วมสัมผัสประสบการณ์ไมซ์ในประเทศไทยประจำปี
 12. การผลิตและเผยแพร่สื่อส่งเสริมการตลาดต่างประเทศภายใต้แคมเปญประเทศไทย อาทิ การจัดทำชิ้นงานโฆษณา ชิ้นงานโฆษณาประเภท Advertorial การจัดทำวิดีโอ และเอกสารส่งเสริมการขาย เป็นต้น
 13. การส่งเสริมการตลาดผ่านการสนับสนุนการจัดงานของสื่อมวลชนในและต่างประเทศ อาทิ
 - World Film Festival 2017
 - Honda LPGA Thailand 2017
11. Invitations to foreign media to experience MICE in Thailand (international media familiarisation trips)
 12. Production and distribution of international promotional media under campaigns such as advertising, advertorial advertising, video and promotional documents
 13. Promoting marketing through sponsorship of domestic and international media events (media event sponsorship) such as:
 - World Film Festival 2017
 - Honda LPGA Thailand 2017





Brand and Communication strategic direction for the domestic market 2017

4.5.2

ทิศทางกลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสาร ประจำปีงบประมาณ 2560 สำหรับตลาดในประเทศ

“ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” เป็นแคมเปญสื่อสารการตลาดต่อเนื่องสำหรับส่งเสริมตลาดไมซ์ภายในประเทศ หรือ Domestic MICE มุ่งเน้นให้หน่วยงาน องค์กรเอกชน ราชการ และรัฐวิสาหกิจ ส่งเสริมและจัดประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลและงานแสดงสินค้าภายในประเทศไทย โดยชูความพร้อมของประเทศไทยทั้งสถานที่จัดประชุม และงานแสดงสินค้าที่มีมาตรฐานสากล สามารถรองรับการจัดงานได้หลายรูปแบบ โรงแรมสถานที่พักมีคุณภาพ มีกิจกรรมมากมายสำหรับการประชุมและงานแสดงสินค้า สร้างโอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนมีบริการที่ดีในราคาคุ้มค่าและมีบุคลากรมืออาชีพที่สามารถรองรับความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์

“Prachum Muangthai Pumjai Chuay Chart” (Meet in Thailand ... Prosperous Thailand) is an on-going marketing communications campaign to promote the domestic MICE market focusing on encouraging organisations, private and public sectors and state enterprises to organise seminars, conventions and exhibitions in the country. The campaign presents Thailand’s readiness to host events across a variety of event venues. Exhibitions can be hosted that will meet the highest international standards with a wide range of quality support features and components including hotels and accommodation options. There are opportunities to offer various activities for conventions and exhibition participants. They will deliver business opportunities and good service at exceptional prices. Professional staff will ensure all the needs of MICE travellers are met with quality service.



1

แคมเปญ ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ แบ่งการนำเสนอเนื้อหาเพื่อส่งเสริมให้เกิดการประชุม สัมมนา และแสดงสินค้าภายในประเทศในมิติต่างๆ ประกอบด้วย

The campaign divides content to promote meetings, seminars and exhibitions in various dimensions including:

ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ เน้นการสื่อสารภายใต้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านต่างๆ ประกอบด้วย

“Meet in Thailand ... Prosperous Thailand” campaign focuses on communications through content related to public participation in various fields.

- **เศรษฐกิจ** ภูมิใจสร้างงาน กระจายรายได้ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวทั่วประเทศ
- **อุตสาหกรรมไมซ์** ภูมิใจยกระดับความพร้อมพัฒนาพื้นที่ เพิ่มขีดความสามารถการจัดงาน
- **สิ่งแวดล้อม** ภูมิใจเปิดมิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และงานแสดงสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- **สังคม** ภูมิใจต่อยอดกิจกรรมมากมาย ที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมประชุมและเป็นประโยชน์ให้กับชุมชน

- **Economy:** Proud to create jobs, distributes income both economic and tourism related, nationwide
- **MICE industry:** Proud to elevate readiness to develop space and increase event capability
- **Environment:** Proud to open up new dimensions linked to conventions and exhibitions that are environmentally friendly
- **Society:** Proud to enhance activities that create people participation and are beneficial to the community

ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ เน้นการนำเสนอจุดแข็งของ 5 เมืองไมซ์ชั้นนำในประเทศไทย กรุงเทพฯ / พัทยา / เชียงใหม่ / ภูเก็ต และ ขอนแก่น

“Meet in Thailand ... Prosperous Thailand” campaign focuses on presenting the strengths of five MICE Cities in the country — Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Phuket and Khon Kaen.



กรุงเทพฯ:

มหานครแห่งไมซ์ ที่สร้างสรรค์การจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้าที่ครบวงจรพร้อมรูปแบบของสถานที่จัดงาน ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมสันทนาการเต็มรูปแบบ

พัทยา:

สี่แสนเมืองแห่งไมซ์ ที่เต็มไปด้วยบรรยากาศหาดทราย แสงแดด กิจกรรมแนวผจญภัยรวมถึงโครงสร้างที่หลากหลาย การคมนาคมขนส่ง และเครือข่ายการสื่อสาร และมีความโดดเด่นด้านการจัดงานแบบเฟสติวัลและกิจกรรมกีฬา

เชียงใหม่:

ศูนย์กลางแห่งไมซ์ภาคเหนือ ที่มีทุกสิ่งให้เลือกสรรสำหรับการจัดงานไมซ์ที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ของพื้นที่ ความคิดสร้างสรรค์ของการพัฒนาเมืองควบคู่กับการร้อยเรียงวิถีชีวิต สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมล้านนาที่เป็นเอกลักษณ์

Bangkok:

A MICE metropolis offers full-service for conventions and exhibitions with venues, accommodation, tourist attractions and full recreational activities.

Pattaya:

A colourful MICE City packed with leisure activities such as soft adventure activities, colourful festivals and sports events. The resort city has top quality venues, transportation and communication networks and convenient highway access to two airports.

Chiang Mai:

A MICE hub of the North that provides everything for MICE organisers. It is filled with the charm of creative space and urban development that is coupled with a distinct way of life, architecture and Lanna culture.

ภูเก็ต:

เมืองไมซ์แห่งอันดามัน ที่รวบรวมกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ทั้งบนบกและกิจกรรมทางน้ำ มีความงดงามของทะเลที่ติดอันดับโลก และยังคงครบครันด้วยโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหารครบทุกความต้องการ

ขอนแก่น:

ประตูสู่ลุ่มน้ำโขงเชื่อมโยงธุรกิจไมซ์เป็นดินแดนแห่งวัฒนธรรมและแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นศูนย์กลางราชการภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือและจุดยุทธศาสตร์สำคัญไปสู่ภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เป็นจุดเชื่อมต่อสำคัญของเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก ครบครันทั้งในด้านคมนาคม สถานที่จัดประชุมและนิทรรศการที่พักและการบริการที่ได้มาตรฐาน

โดยในปีพ.ศ. 2560 นี้ยังขยายพื้นที่เป้าหมายครอบคลุมถึงจังหวัดที่มีระยะทาง 300 กิโลเมตรจากกรุงเทพ และจังหวัดที่มีศักยภาพในการจัดประชุมและสัมมนาในประเทศ เช่น เชียงราย นครราชสีมา เป็นต้น

Phuket:

A MICE City of the Andaman Sea that gathers a variety of activities both on land and sea. The island destination provides the splendour of the ocean, while offering top quality hotels, resorts and restaurants as well as the convenience of an international airport with direct flights from major cities in Asia.

Khon Kaen:

Gateway to the Mekong linking MICE business and a city of culture and local wisdom. This regional hub of the northeastern region is strategically located to link travel to and from the Mekong region. It is an important access point on the East-West Economic Corridor and provides comprehensive transport options, a variety of convention and exhibition venues and quality services.

In 2017, TCEB will expand targeted cities covering the provinces for a distance of around 300 km from Bangkok. This will cover provinces that have the potential to host conferences and seminars such as Chiang Rai, Nakhon Ratchasima.

ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ เน้นการนำเสนอแนวคิดของการจัดงานไมซ์ที่ให้ประสบการณ์ที่แตกต่างแบ่งเป็น

“Meet in Thailand ... Prosperous Thailand” campaign promotes MICE event themes and concepts that offer a differentiated experience including:

Adventure:

Presenting a common challenge to the group, learning to work together, strengthening unity

Historical and Culture:

It presents a place in terms of its cultural conservative that can be studied for its historical impact in the past through to its role in today's world.

Experiential:

Offering visits to factories, production lines and the opportunity to listen to the viewpoints of personnel who work there

Green:

Presenting ways to organise sustainable eco MICE events with conservation of natural resources the main theme of activities

CSR:

Offering social activities that will provide benefits for local communities

Luxury:

Offering an exclusive experience of five-star recreational activities, accommodation and venues for top executives

การผจญภัย

นำเสนอประสบการณ์ท้าทายร่วมกันเป็นหมู่คณะ เรียนรู้การทำงาน เสริมสร้างความสามัคคี สร้างมิตรภาพ

ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

นำเสนอสถานที่ในเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ศึกษาเรื่องราวในอดีตส่งต่อความภาคภูมิใจในปัจจุบัน

สัมผัสประสบการณ์การเรียนรู้

นำเสนอการเข้าเยี่ยมชมโรงงาน สายงานการผลิตต่างๆ พร้อมการรับฟังข้อมูล มุมมองความคิดเห็นกับบุคลากรในสายงานที่เกี่ยวข้อง

ปลูกจิตสำนึกหัวใจสีเขียว

นำเสนอการจัดงานไมซ์เชิงนิเวศอย่างยั่งยืนพร้อมด้วยกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

รับผิดชอบต่อสังคม

นำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมและเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในท้องถิ่น

ประสบการณ์พิเศษ

นำเสนอกิจกรรมระดับห้าดาว ทั้งสถานที่พัก จัดประชุม และกิจกรรมสันทนาการระดับพิเศษสุด

โครงการพระราชดำริ

นำเสนอพื้นที่ที่รวมองค์ความรู้จากพระมหากษัตริย์ของประเทศไทย ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยโครงการพระราชดำริมีหลากหลาย อาทิ การเรียนรู้การทำนาขั้นบันได การศึกษาดูนกหายาก การดูงานประมงบนพื้นที่สูง เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ทหาร

นำเสนอพื้นที่ในเขตทหารที่ให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้สัมผัสกิจกรรมสนุกท้าทายแบบทหาร เสริมสร้างความสามัคคีและทีมเวิร์คหลากหลายรูปแบบ อาทิ กิจกรรมสโตร์ผจญภัย กิจกรรมเรียนรู้ประวัติศาสตร์ตามรอยเส้นทางของเหล่าผู้กล้าวีรชน กิจกรรมรู้จักสามัคคี ทลายกำแพงความคิด สร้างมิตรภาพ กิจกรรมเรียนรู้ชีวิตศึกษาและสัมผัสผู้คนในท้องถิ่น

พื้นที่ตะเข็บชายแดน

เป็นพื้นที่ประตูการค้าหลักที่มีมูลค่าการค้าชายแดน การลงทุน และธุรกิจการค้าโดย สปป.ลาว พร้อมส่งเสริมการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าใน 5 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่เป็นพื้นที่สำคัญของประเทศ เป็นประตูการค้าหลักที่มีมูลค่าการค้าชายแดน และผ่านแดนสูงสุดของไทย รวมถึงเป็นเมืองหน้าด่านเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Royal Projects:

Offering visits to experience community projects of the late King Bhumibol Adulyadej of Thailand that focus on sustainable development. The Royal Projects provide a variety of learning experiences such as farming processes, the study of rare birds and viewing highland fisheries, orchards and flower nurseries.

Tourist attractions in military camps:

Offering visits to military camps that allow attendees to experience military-style fun activities and teambuilding soft adventure or endurance games, as well as learning more of the military history of the nation and its war heroes. Activities focus on building unity, expanding creative thinking, building friendships and learning more about the local way of life around the military camp visited.

Border areas:

The main trade gateways offer valuable insights into local trading practices, commercial history, investment and the wider economic impact of border trade with neighbours. TCEB is ready to promote seminars, conventions and exhibitions in five special economic zones that are important areas for economic development in Thailand. These major trading gateways are examples of the high value of border trade and the role frontier cities play to support expansion of the ASEAN Economic Community.

งานแสดงสินค้า ภูมิใจสร้างธุรกิจไทย เน้นการชักชวนให้ประชาชนร่วมภูมิใจไปงานแสดงสินค้า และภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย เป็นทางหนึ่งที่จะช่วยชาติได้ทั้งจำนวนการจ้างงาน และรายได้ เศรษฐกิจที่หมุนเวียนในท้องถิ่นทุกภูมิภาคเป็นผลที่ได้ตามมาจากการขยายตัวของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ ตาม 3 แนวทางที่ สสปน. ได้วางไว้ คือ

Exhibition Proud: This theme has a business objective to persuade people to take pride in joining exhibition events and to encourage public and private sectors to jointly organise exhibition events in Thailand. This provides support for the nation to improve employment opportunities and increase income for communities in each region. It also results in the expansion of the domestic exhibition business following TCEB's three approaches as follows:

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. ยกระดับรูปแบบ และมาตรฐานการจัดงานแสดงสินค้าในท้องถิ่นให้เป็นงานแสดงสินค้านระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ (Upgrade) 2. กระจายงานแสดงสินค้าในประเทศที่ได้รับความสำเร็จ ไปจัดในภูมิภาคต่างๆ เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นทั่วประเทศ (Clone) 3. ร่วมกันคิด และสร้างสรรค์การจัดงานแสดงสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นในพื้นที่ทั่วประเทศ (Invent) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Upgrade local exhibitions to the same standard across regional and national levels (Upgrade) 2. Extend successful domestic exhibition events to be organised in other regions to stimulate local economy (Clone) 3. Think together and co-create new exhibitions to take place across the country (Invent) |
|--|---|

5

ภูมิใจคนไทย ร่วมสร้างมาตรฐานไมซ์ เน้นการนำเสนอห้องประชุมการจัดงานดีไมซ์ที่ได้ระดับมาตรฐานสากลทั้งบุคลากร องค์กรความรู้ และการบริหารจัดการ

Thais Proudly Establish MICE Standards highlights the presentation of the meeting room and organising skills for D-MICE events to reach an international standard in personnel, knowledge and management.

6

ประชุมเมืองไทย สสปน. พร้อมให้บริการ เน้นการนำเสนอบทบาทของ สสปน. ในการอำนวยความสะดวกและให้การสนับสนุนทุกหน่วยงานในการจัดงานไมซ์ทั้งด้านการสนับสนุนด้านการเงิน การสนับสนุนกิจกรรมการตลาดของงาน การจัดกิจกรรมเลี้ยงรับรอง กิจกรรมสันทนาการ แพคเกจเพื่อการท่องเที่ยวก่อนหรือหลังประชุม

Meeting in Thailand with TCEB Ready to Serve highlights the role of TCEB in facilitating and supporting all MICE organisations with financial support, marketing activity support, such as a welcome reception, recreation activity and pre and post tours.

สนับสนุนและส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่โครงการพระราชดำริ การเข้าไปศึกษาดูงาน ภายใต้โครงการ “ประชุมเมืองไทย อิมใจตามรอยพระราชดำริ” ซึ่งเน้นการนำเสนอพื้นที่ในโครงการพระราชดำริที่มีศักยภาพในการรองรับการประชุมสัมมนา

Support and promote MICE activities at Royal Projects such as planning a study of Royal Projects under “DOMESTIC MICE: A Royal Trail Inspiration” campaign. This also emphasises the presentation of areas under the royal initiative that have the potential to organise meetings and incentives.



แผนงานสื่อสารธุรกิจไมซ์ในประเทศตามแคมเปญ ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ MICE communications plan for the domestic market under the “Meet in Thailand ... Prosperous Thailand” campaign

สำหรับแผนงานในการสื่อสารธุรกิจไมซ์ในประเทศจะเน้นการบูรณาการงานด้านสื่อสารทุกประเภท (Integrated Marketing Communication) เพื่อมุ่งส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยร่วมจัดประชุม สัมมนา และร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทยผ่านการใช้แคมเปญการสื่อสาร “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ”

The plan focuses on integrated marketing communications to encourage Thais to organise seminars and attend exhibition events in Thailand through “Meet in Thailand ... Prosperous Thailand” campaign.



กลยุทธ์การวางสื่อในประเทศ Domestic media strategy

ด้านการสื่อสารในประเทศนั้น สสพ. กำหนดกลยุทธ์การวางสื่อแบ่งตามรายภูมิภาคโดยมีกลยุทธ์การวางสื่อที่สอดคล้องกับตลาดไมซ์เป้าหมาย และมีสัดส่วนของการใช้งบประมาณวางสื่อแบ่งเป็น

1. สื่อที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ร้อยละ 70
 2. สื่อที่ครอบคลุมเมืองไมซ์ ร้อยละ 30
- โดยการวางสื่อนั้น จะเน้นการใช้สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 50 สื่อวิทยุร้อยละ 30 และสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 20

For communications in the country, TCEB sets up a regional media strategy aligned with the bureau’s target markets. The proportion of budget spend for the plan has the following breakdown:

1. Media cover nationwide 70%
 2. Media cover MICE Cities 30%
- Breakdown of media placements is as follows: Television 50%; radio 30%; and print media 20%.

กิจกรรมด้านการสื่อสารในประเทศ

Domestic Communication Activity

ด้านการบูรณาการงานด้านสื่อสารในประเทศนั้น มุ่งเน้นกิจกรรมด้านการโฆษณาร้อยละ 40 กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ร้อยละ 40 และกิจกรรมด้านการจัดอีเวนต์ร้อยละ 20 โดยมีกิจกรรมสำคัญด้านการสื่อสารที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2560 โดยสรุปประกอบด้วย

Integrated marketing communications will focus on advertising 40%, public relations 40% and organising events 20%. The major communications activities carried out in the 2017 fiscal year consists of:

1. การจัดกิจกรรม Domestic MICE MART เพื่อสร้างเวทีเจรจาธุรกิจให้กลุ่มผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ในประเทศ

2. การจัดกิจกรรมเพื่อขยายตลาดการประชุมและงานแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจ พิเศษ (SEZ) เชียงราย ตาก มุกดาหาร นครพนม สระแก้ว กาญจนบุรี สงขลา นราธิวาส ตรัง หนองคาย และกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV)

3. ส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริ ที่มีศักยภาพในการรองรับกลุ่มประชุมและสัมมนา ภายใต้โครงการ “ประชุมเมืองไทย อิ่มใจตามรอยพระราชดำริ”

4. การจัดทำ City DNA และข้อมูลโพรไฟล์ไมซ์ซิตี้ทั้ง 5 เมือง คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต ขอนแก่น พัทยา

5. การผลิตสื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศ ครอบคลุมเมืองไมซ์ซิตี้ทั้ง 5 เมือง ประกอบด้วย การจัดทำเอกสารส่งเสริมการขายภาพรวมอุตสาหกรรมในประเทศ / การผลิตวิดีโอทัศนนำเสนออุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและไมซ์ซิตี้ / Testimonial เผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศ

1. Organise a Domestic MICE MART to create a business negotiations platform for buyers and sellers as well as to provide knowledge on how to organise MICE events in the country.

2. Organise events to expand meetings and exhibitions in the special economic zones (SEZ). The zones are: Chiang Rai; Tak; Mukdahan; Nakhon Phanom; Sa Kaeo; Kanchanaburi; Songkhla; Narathiwat; Trat and Nong Khai. In addition, support is offered to extend the footprint of events to Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam (CLMV).

3. Promote the hosting and organisation of conventions and exhibitions in Royal Project areas that have the potential and capability to arrange meetings and seminar groups under “DOMESTIC MICE: A Royal Trail Inspiration” campaign.

4. Produce City DNA and MICE Cities Profiles for all five 5 destinations: Bangkok; Chiang Mai; Phuket; Khon Kaen and Pattaya.

6. การผลิต และเผยแพร่สื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุครอบคลุมไมซ์ซีดี

7. การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ อาทิ การจัดงานแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนในเมืองไมซ์ซีดี อาทิ กิจกรรม Domestic MICE MART/กิจกรรมสร้างงานแสดงสินค้า กระตุ้นการค้าเศรษฐกิจบริเวณพื้นที่ตะเข็บชายแดน เป็นต้น

8. การจัดทำสื่อองค์กรเพื่อส่งเสริมการตลาดไมซ์ เช่น วารสาร (TCEB Newsletter) ไมซ์ เจอร์นัล (MICE Journal) รายงานประจำปี (Annual Report)

5. Create collateral marketing materials for the domestic market covering 5 MICE cities such as providing an overview of the country's MICE industry for promotional documents, video clips presenting the MICE industry and MICE Cities and testimonial published through local print media.

6. Produce and distribute marketing promotional materials for the local market via television, printing media and radio covering MICE Cities.

7. Organise public relations activities such as press conferences in MICE Cities, Domestic MICE MART and trade show activities to stimulate economic trade in border areas.

8. Publish the organisation's in-house media to support MICE marketing such as TCEB Newsletter, MICE Journal and the Annual Report for wide distribution to the industry.

ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์

Examples of television, radio and print media

TV Media:

Business Watch programme Channel TNN 24
MICE Inside programmes on Modern 9 Channel;
Thai Rath TV Channel 32; Amarin TV Channel 34;
The Nation TV Channel 22 and Spring News
Channel 19

Radio:

Radio programmes in Bangkok such as FM 93.5,
FM 96.5 and FM 100.5; FM 98.0 in Chiang Mai;
FM 98.5 in Khon Kaen; FM 102.25 in Phuket; FM
104.75 in Pattaya; and FM 93.75 in Udon Thani

Print Media:

Bangkok biz newspaper
The Nation newspaper
Kom Chad Luek newspaper
Opt News newspaper
Nee Krung Magazine
247 Magazine

focus on advertising 40%
public relations 40%
organising events 20%





สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 25, 26 ยูนิต เอ2, บี1 และ บี2
เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวง/เขต ปทุมวัน กทม. 10330
โทรศัพท์ : +66 (0) 2 694 6000 โทรสาร : +66 (0) 2 658 1411
อีเมล : info@tceb.or.th
เว็บไซต์ : www.tceb.or.th

Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization)

Siam Piwat Tower Building, 25, 26 Fl., Unit A2, B1 and B2
989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok 10330
Tel: +66 (0) 2 694 6000 Fax: +66 (0) 2 658 1411
E-mail: info@tceb.or.th
Website: www.tceb.or.th

