



**MICE
JOURNAL**

Issue 2: Mar-Apr 2015 TCEB Call Center 1105

**Thailand's MICE United II:
Fortified Synergy for AEC**

**Thailand CONNECT The
World: Your Exclusive,
Personal Connection**

**Get to Know MICE in
ASEAN – Singapore**



THAILAND'S MICE UNITED II



MICE Update.....	2
Special Feature.....	4
News in Brief.....	6
ASEAN Corner.....	7

Thailand's MICE United ปี 2 ผนึกกำลังไมซ์ไทย รับ AEC

ที่เสียบสานต่อความสำเร็จจากโครงการ Thailand's MICE United ในปีที่ผ่านมา เดินหน้าผนึกกำลังภาครัฐและเอกชน 9 หน่วยงาน เปิดตัว Thailand MICE United ปีที่ 2 ภายใต้แนวคิด “Thailand's MICE United: เดินหน้าประเทศไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์รองรับ AEC” พร้อมประเดิมกิจกรรมแรก Thailand CONNECT Welcome Package หวังดึงจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์คุณภาพและผลักดันประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับภูมิภาคเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการที่เสียบ กล่าวว่า โครงการ Thailand's MICE United ในปีที่ผ่านมาได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และได้ดำเนินกิจกรรมสำคัญมากมายซึ่งประสบความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ โดยในปีนี้ เราได้ขยายความร่วมมือไปยังองค์กรและหน่วยงานทั้งในและนอกอุตสาหกรรมเพื่อร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ให้เดินทางมายังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ผมจึงเชื่อได้ว่าโครงการนี้จะมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่ประเทศด้วย

ด้านนางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ที่เสียบ ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการตลาดในโครงการนี้ว่า โครงการนี้ถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาของที่เสียบ โดยปีนี้เราตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ร้อยละ 5 และเพิ่มจำนวนรายได้ร้อยละ 10 โดยยึดหลักการทำงานตามกลยุทธ์ ‘4Ps’ ซึ่งประกอบด้วย Public – Private – People – Partnership หรือการบริหารความร่วมมือกับพันธมิตรกลุ่มเป้าหมายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความตระหนักรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ของสังคมในวงกว้าง

ภายใต้โครงการ Thailand's MICE United ปีที่ 2 นี้ มีพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 9 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ กลุ่มพันธมิตรการตลาดโรงแรมริมน้ำเจ้าพระยา สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) บริษัท ทูร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

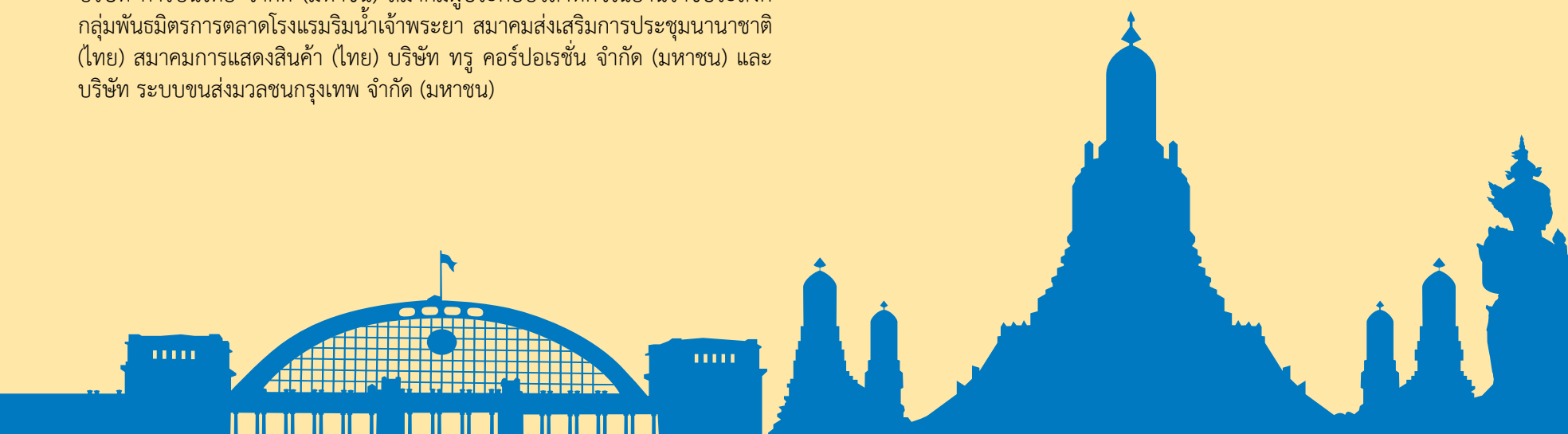
สำหรับกิจกรรมแรกภายใต้แคมเปญนี้ ที่เสียบได้จับมือกับ บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งเป็นสองพันธมิตรหน้าใหม่ที่เข้าร่วมโครงการ โดยร่วมมือกันจัดทำ Thailand CONNECT Welcome Package เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามาจัดกิจกรรมในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มจำนวนนักเดินทางและเพิ่มรายจ่ายต่อหัวของนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก แพ็กเกจดังกล่าวประกอบด้วย บัตรโดยสารรถไฟฟ้า BTS Connect Smart Pass ประเภทเติมเงิน และ Free WiFi Trial by TrueMove H จำนวน 1 ชั่วโมงต่อวัน โดยผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อจุดให้บริการ True WiFi กว่า 100,000 จุดทั่วประเทศ โดยในระยะเริ่มต้นนั้น ที่เสียบได้จัดทำแพ็กเกจดังกล่าวจำนวน 15,000 ชุด ซึ่งจะถูกแจกจ่ายไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้การสนับสนุนของที่เสียบ รวมทั้งสื่อมวลชนในภูมิภาคเอเชีย ยุโรป และอเมริกาเพื่อการประชาสัมพันธ์

ในการนี้ นายภักพงค์ พัฒนมาศ รองผู้อำนวยการด้านธุรกิจโมบายล์ บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวถึงความร่วมมือกับที่เสียบว่า ผมมีความยินดีอย่างยิ่งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการนี้ ในฐานะที่ ทรูมูฟ เอช เป็นผู้นำเทคโนโลยีการสื่อสารระบบ 4G ในประเทศไทย เราพร้อมมอบสิทธิประโยชน์แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย เพื่อตอกย้ำศักยภาพของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ในระดับอาเซียน

ขณะที่ นายสุรเชษฐ์ แสงชัยสวัสดิ์ ผู้อำนวยการฝ่ายแผนกลยุทธ์ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ระบุว่า บริษัทฯ มีแผนเตรียมการสำหรับการใช้บัตรโดยสารร่วมสำหรับรถไฟฟ้าบีทีเอสกับระบบขนส่งอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเตรียมสร้างทางเดินลอยฟ้าเป็นเส้นทางอำนวยความสะดวกแก่ทั้งผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าและผู้สัญจรไปมา โดยจะเชื่อมย่านธุรกิจหลักใจกลางกรุงเทพฯ อาทิ ราชประสงค์ ประตูน้ำ และมาบุญครองเข้าด้วยกัน

นอกจากกิจกรรม Thailand CONNECT Welcome Package แล้วยังมีกิจกรรมหลักภายใต้โครงการ Thailand's MICE United ปี 2 อีกมากมาย ประกอบด้วย กิจกรรมโรดโชว์ในตลาดเป้าหมาย 3 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เยอรมัน และจีน การจัดกิจกรรมทริปปิเศษสำหรับสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ และการเข้าร่วมในงานแสดงสินค้ารายการสำคัญระดับนานาชาติต่างๆ ตลอดทั้งปี

ที่เสียบคาดว่าแพ็กเกจส่งเสริมการตลาดดังกล่าว สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้ถึง 1,036,300 คน คิดเป็นรายได้จำนวน 106,780 ล้านบาท ถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญอันดับ 3 ของประเทศไทย รองจากรายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการส่งออกตามลำดับ



Building on the great success of the first Thailand's MICE United last year, TCEB is gearing up for Thailand's MICE United II with a wider partnership involving nine agencies in the public and private sectors. The second phase takes "Thailand MICE United II" as its theme for the first activity of the year, Thailand CONNECT Welcome Package, which has been launched to tap quality MICE travellers and lead Thailand to be ASEAN's premier MICE destination.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, President of TCEB, revealed that: "The first phase of Thailand's MICE United last year wound up as a great success due to positive support and cooperation among the allies. After succeeding in building a good image for the country as one of the top MICE destinations, this year we are continuing to extend our cooperation to more partners, both inside and outside the MICE industry, creating exclusive activities and programmes to attract greater numbers of MICE travellers. With our string synergies, the project will contribute to the effective development of MICE and increase revenue to the country's economy."

Thailand's MICE United II: Fortified Synergy for AEC



Mrs. Supawan Teerarat, Vice President Strategic and Business Development, TCEB, explained the project's strategies further. "Thailand's MICE United is part of TCEB's development strategy. This year, we aim to increase the number of MICE travellers by 5% from last year while increasing overall revenue by 10%. We are also embracing the '4Ps' operational model which includes Public – Private – People – Partnership. This is considered an effective tool to manage collaboration with the targeted partners, including public and private sectors and communities. This scheme is believed to encourage participation and raise awareness of the MICE industry among the public."

The nine allied parties participating in Thailand's MICE United II are the Ministry of Foreign Affairs, Tourism Authority of Thailand (TAT), Ratchaprasong Square Trade Association (RSTA), The Bangkok Riverside Marketing Partnership (BRMP), Thailand Incentive and Convention Association (TICA), Thai Exhibition Association, True Corporation Public Company Limited, and Bangkok Mass Transit System Public Company Limited.

As for the project's overall activities this year, TCEB has joined hands with True Corporation Public Company Limited and Bangkok Mass Transit System Public Company Limited, two new partners, to launch Thailand

CONNECT Welcome Package to attract more MICE travellers to the country. The package is exclusively designed for MICE travellers, teamed with privileges and benefits offered by all partners, including the pre-paid BTS Connect Smart Pass, access to Free Wi-Fi Trail by TrueMove H for 1 hour a day at over 100,000 Wi-Fi connecting spots across the country. In the initial stage, a total of 15,000 packages will be distributed for promotion through a network of TCEB's partners and all parties concerned as well as a group of press members and media in Asia, Europe, and the United States.

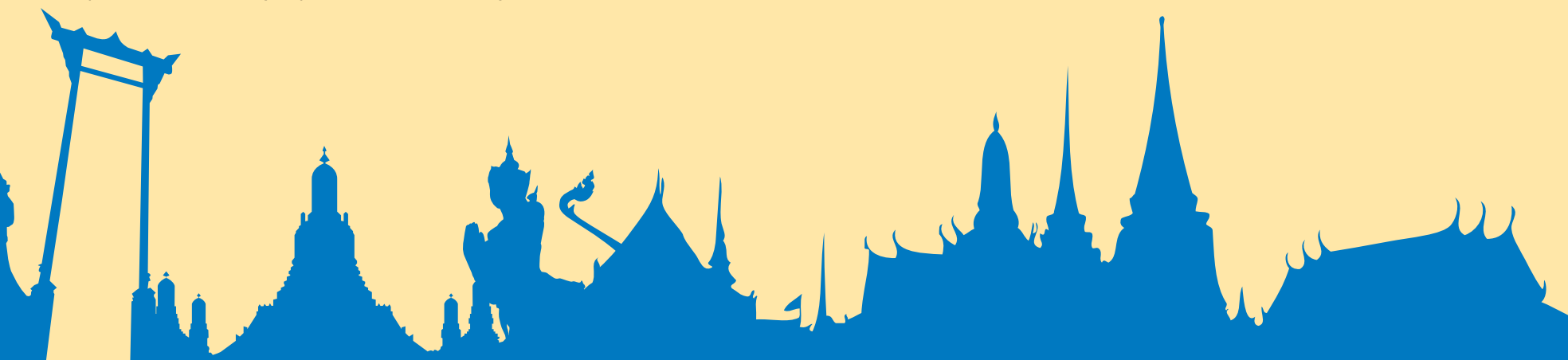
Mr. Pakpong Pattanamas, True Corporation Plc's Deputy Director – Mobile Office/Mobile Strategy, said: "TrueMove H is delighted to collaborate with

TCEB in its tireless efforts to promote Thailand as the ultimate destination for MICE events. As the country's leading Internet service provider, we are ready to offer value-added services and benefits to MICE visitors to Thailand."

Mr. Surachet Sangchayosawat, Strategy and Planning Director, Bangkok Mass Transit System PLC said that: "BTS Skytrain places great importance on satisfying all of our passengers, including MICE visitors. By using a network that seamlessly links to other systems, passengers will be able to enjoy connectivity more conveniently. In addition, we have a plan to extend the BTS skywalk to link Platinum Shopping Complex and MBK to Ratchaprasong district to facilitate commuters, including MICE visitors."

Other activities under Thailand's MICE United II campaign include Thailand MICE Roadshows in three key markets, namely, Japan, Germany, and China, international and local media familiarisation trips focusing on Thailand's five MICE Cities, and attendance at international mega events throughout the year.

TCEB foresees that in 2015 Thailand will welcome 1,036,300 international MICE visitors, earning the Thai economy 106,780 million baht.



Thailand CONNECT The World: Your Exclusive, Personal Connection

ดึงสื่อทั่วโลก เปิดความร่วมมือไมซ์ไทย รองรับ AEC

ที่เสียบจัดกิจกรรม Thailand CONNECT The World: Your Exclusive, Personal Connection เชิญสื่อมวลชนชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย โอเชียเนีย เข้าเยี่ยมชมความพร้อมด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย โดยเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “Thailand’s MICE United” ในปี 2558 ที่ดำเนินงานภายใต้แนวคิด “เดินทางประเทศไทย ร่วมใจธุรกิจไมซ์สู่ AEC” มีเป้าหมายเพื่อผลักดันประเทศไทยสู่จุดหมายปลายทางการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับภูมิภาค โดยเฉพาะเมื่อเปิด AEC ผ่านการผนึกกำลังความร่วมมือระหว่างที่เสียบและหน่วยงานภาคอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งกลุ่มพันธมิตรเอกชนจากภายนอกอุตสาหกรรมไมซ์

Thailand CONNECT The World: Your Exclusive, Personal Connection ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้เกียรติเข้าร่วมพบปะสื่อมวลชนพร้อมพูดคุยกับสื่อมวลชนในภาพรวมสถานการณ์การเมืองและอิตเดทภาพรวมประเทศไทยทั้งการค้า การลงทุน รวมทั้งธุรกิจท่องเที่ยวอันเป็นกลไกสำคัญที่เสริมความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจไมซ์

นายเสข วรรณเมธี อธิบดีกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ กล่าวว่า ประเทศไทยยังได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภูมิภาค แม้ว่าจะมีวิกฤตการณ์ทางการเมือง การ

ลงทุนด้านโครงสร้างสาธารณูปโภคก็ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากอัตราการเคลื่อนไหวของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ด้านการท่องเที่ยวก็ฟื้นตัวกลับมาหลังจากความวุ่นวายทางการเมืองในกรุงเทพฯ ในขณะที่อุตสาหกรรมไมซ์ก็มีศักยภาพพร้อม โดยที่เสียบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนได้ร่วมมือกันทำงานอย่างใกล้ชิดเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกาศยกเลิกกฎอัยการศึกเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558 ที่ผ่านมา จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนและนักเดินทางกลุ่มไมซ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไปในอนาคต

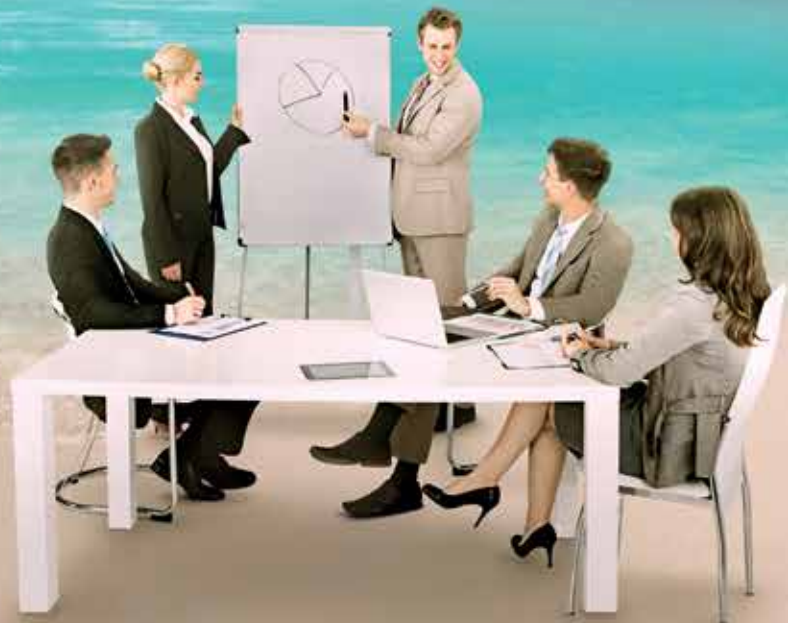
ด้านนายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เสียบ กล่าวว่า การให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่สื่อมวลชนนานาชาตินั้นจะช่วยเป็นกระบอกเสียงสำคัญในการต่อยอดฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์คุณภาพของประเทศไทย และสร้าง

ความเชื่อมั่นในกลุ่มนักเดินทางไมซ์จากทั่วโลก โดยกิจกรรมสำหรับนักข่าวต่างประเทศครั้งนี้ เรานำเสนอกลยุทธ์การตลาดขับเคลื่อนไมซ์ไทย โดยแนะนำตลาดในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งมีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด นำเสนอกิจกรรมด้านการตลาดที่ส่งเสริมไมซ์ระดับภูมิภาคทั้ง การเจาะตลาดการประชุมในฐานะลูกค้า

พรีเมียมจีน โดยเฉพาะเมืองเศรษฐกิจอย่างปักกิ่ง เชียงไฮ้ กวางโจว เฉิงตู และเซินเจิ้น นำเสนอโปรโมชั่นกระตุ้นตลาดไมซ์กับโครงการ Mega Event Support ดึงงานโชว์ 1,000 คน จากจีนเข้าไทย ด้านตลาดโอเชียเนีย ซึ่งสร้างรายได้รองลงมาที่เสียบนำเสนอ Thailand: Inspiring Destination เพิ่มกิจกรรมเพื่อสังคมให้แก่ลูกค้ากลุ่มโอเชียเนียที่นิยมการจัดประชุมแบบฟังก์กิจกรรม CSR ที่เสียบยังมองไปถึงตลาดที่กำลังเกิดใหม่ อย่าง CLMV ประกอบด้วยประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ที่จะเน้นภาคส่วนการแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ 5 อุตสาหกรรมหลัก ซึ่งถือเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจอาเซียน ภายใต้โครงการ ASEAN Rising Trade Show ที่ที่เสียบให้การสนับสนุนด้านการเงินและการตลาดให้ผู้จัดงานหน้าใหม่ที่จัดงานอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งโครงการ ASEAN MICE Collaboration ที่ร่วมมือกับประเทศสมาชิกอาเซียนในการจับตลาดเป้าหมายกลุ่มใหม่ๆ

ด้านนายวิชัย อัศวิสกร รองประธานกรรมการหอการค้าไทย กล่าวว่า ขณะนี้ประเทศไทยเข้าสู่ภาวะปกติแล้ว นักธุรกิจก็มีความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น หอการค้าไทยเองก็ทำการสื่อสารกับหอการค้าของประเทศต่างๆ รวมทั้งเหล่าทูตานุทูตอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจและความมั่นใจในสถานการณ์และภาวะเศรษฐกิจของไทย โดยปัจจุบันมีการดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือระหว่างประเทศมากมาย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

รองประธานด้านตลาดต่างประเทศ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นางพรทิพย์ หิรัญเกตุ กล่าวว่า ขณะนี้เรามองไปที่ตลาดเอเชียเป็นตลาดหลัก โดยเฉพาะประเทศจีนและอินเดีย ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันจะมีการวิพากษ์วิจารณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนและอินเดียในเรื่องพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่เกิดจากความไม่รู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เราจึงริเริ่มการทำคู่มือ “Do’s & Don’t’s in Thailand” เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการปฏิบัติตัวอย่างเหมาะสมให้แก่นักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาเยือนประเทศไทย พร้อมกันนี้เราต้องให้ความรู้แก่คนไทยด้วยว่าไม่ควรไปวิพากษ์วิจารณ์แบบเหมารวม เพราะอาจเกิดความขัดแย้งที่กระทบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้ นอกจากตลาดหลักอย่างเอเชียแล้ว เรายังเจาะตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยชูจุดแข็งด้านอาหารฮาลาล รวมถึงการพัฒนาที่พักที่ดำเนินการอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มนี้ให้มากขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นการรองรับการเดินทางอย่างเสรีในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงควรมีการออกวีซ่าเชงเก้นสำหรับอาเซียน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและนักเดินทางกลุ่มไมซ์มากยิ่งขึ้นด้วย



Thailand CONNECT The World: Your Exclusive, Personal Connection Showcases Thailand's MICE readiness for AEC

TCEB recently initiated the media familiarisation trip – Thailand CONNECT The world: Your Exclusive, Personal Connection – to showcase the country's MICE capabilities to the world. The trip is part of the "Thailand MICE United" campaign synergizing the public and private organisations, aiming at propelling Thailand's leadership position as ASEAN's no. 1 MICE destination.

With the Thailand CONNECT The World: Your Exclusive, Personal Connection media familiarisation trip, TCEB has pulled together collaboration from strategic partners, including the Department of Information, Ministry of Foreign Affairs, The Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand, and Tourism Council of Thailand, to highlight Thailand's MICE infrastructure as well as current trade, investment and tourism promotions that is beneficial to the MICE sector.

Mr. Sek Wannamethee, Director-General, Department of Information, Ministry of Foreign Affairs, said: "Despite the unrest during the past few years, Thailand is still considered ASEAN's economic hub. The amount of infrastructure investment going on in Thailand as a hub represents an important business opportunity for multinational investors and FDI flows. In other words, everything is proceeding in a satisfactory manner. The trade investment and tourism has regained its strength compared to the 2014 Bangkok shutdown. When it comes to MICE, once business returns to usual in Thailand in general and Bangkok in particular, then all goes well for the MICE industry. That is why our colleagues from the TCEB are working hard to sustain the MICE industry. In addition, the lifting of martial law by the government on 1 April 2015 will help boost confidence among investors."

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, President of TCEB said: "This exposure to the worlds' leading press is instrumental in engendering international confidence in the sector. With this media familiarisation trip, we are revealing our explicit strategies and directions to develop the country's MICE industry. The key initiatives revealed include: target groups in Asia; a marketing plan to tap the premium target group in China's major cities; a MICE boosting plan – Mega Event Support to win large-

scale events from China to Thailand; "Thailand: Inspiring Destination" to add value to business events with CSR activities in the Oceania market; expansion into the emerging CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam) market with the ASEAN Rising Trade Show Campaign, and the ASEAN MICE Collaboration program to capture new market."

Mr. Vichai Assarasakorn, Vice Chairman of The Thai Chamber of Commerce said: "Thailand is now a much safer place and we can do normal business. Business people in general are now very confident. The same goes for foreign chambers of commerce whom we talk to on a daily basis. We are also in touch with embassies and they are also confident in Thailand's future. People are looking at more ways to collaborate. We now have mutual understanding with many countries, implying more confidence among international investors in Thailand."

Mrs. Pornthip Hirunkate, Vice President of International Marketing, Tourism Council of Thailand said: "Now we should focus on Asia's economy. That is the new economy. Although some criticism has spread of undesirable behaviour by some Chinese and Indian tourists, we cannot bypass these two giants of Asia. To handle this issue, we initiated a 'DO's & DON'T's in Thailand' handbook to educate tourists how to behave in Thailand before they travel here. In parallel, we should also educate Thai people not to generalise about Chinese or Indians as bad tourists because this could end up creating conflicts between our countries. Apart from a major focus on the Asia market, we see potential in the Halal market and Thailand is already recognised as one of the Asia's leading halal product manufacturers. We are looking into Halal tourism and Muslim tourists who are quite particular about food, hotels, and swimming pool protocol. Some hotels in Phuket have adjusted their practices in order to welcome them. Meanwhile, with the advent of the ASEAN Economic Community (AEC), we might develop something like a Schengen Visa for ASEAN that makes it easier for tourists from ASEAN countries to visit each other, including Thailand."





ทีเส็บคว้ารางวัล Best Stand Awards Over 36 sq.m. งาน AIME 2015

นายพรรัตน์ เมธาวีกุลชัย (กลาง) ผู้อำนวยการทีเส็บ พร้อมด้วย นางสาววิชญา สุนทรสารทูล (ซ้าย) ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ และ นางสาวปาริฉัตร เสวตเศรณี (ขวา) ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร ร่วมถ่ายภาพเป็นที่ระลึก เนื่องในโอกาสที่ทีเส็บ ได้รับรางวัล Best Stand Awards Over 36 sq.m. จากงาน AIME 2015 (The Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo) ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งเป็นงานเทรดโชว์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมการจัดประชุมแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยในปีที่ทีเส็บยังได้ร่วมกับภาคเอกชน 30 ราย เข้าร่วมงานและใช้เป็นเวทีเปิดตัวแคมเปญ Thailand CONNECT The World ความเป็นจุดหมายปลายทางที่โดดเด่นด้านซีเอสอาร์ในตลาดเอเชียเนียบและกลุ่มเดินทางธุรกิจไมซ์ที่เข้าร่วมงานกว่า 3,000 รายจากภูมิภาคต่างๆทั่วโลก เพื่อสร้างการรับรู้ศักยภาพความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และกระตุ้นการจัดงานประชุมรวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

TCEB wins 'The Best Stand Award over 36 sq.m. at AIME 2015

Mr. Nopparat Maythaveekulchai (centre), President of TCEB, Ms. Vichaya Soonthornsaratoon (left), Director of Conventions Department and Ms. Parichat Svetasreni (right), Director of Marketing & Corporate Image Department, delightfully joined a group photo on the occasion that TCEB won the Best Stand Award Over 35 sq.m. at the AIME 2015 (The Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo) at Melbourne, Australia. Being held annually, the event is an important MICE trade show of Asia Pacific. In this year, TCEB joined hands with 30 representatives from the private sector to showcase Thai MICE and used the event as the opportunity to launch the Thailand CONNECT The World campaign that features Thailand as a distinct CSR destination for Oceania market and for more than 3,000 MICE travellers from across the globe. The campaign is expected to create awareness in the readiness of Thai MICE industry and to encourage more meeting and incentives events into Thailand.



แผนเปิดตัวตลาดออนไลน์ไมซ์ปี 58 ชูแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda ปี 2

ทีเส็บเปิดตัวแผนการตลาดออนไลน์ประจำปี 2558 ด้วยการพัฒนาเว็บไซต์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้มีความทันสมัยเทียบเท่าเว็บองค์กรไมซ์ชั้นนำของโลก และพัฒนาแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์สื่อสาร เพื่อให้พนักงานเดินทางธุรกิจและผู้จัดงานไมซ์สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังผนึกกำลังภาครัฐ - เอกชนสานต่อความสำเร็จโครงการ Spice Up Your Business Agenda ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 นำเสนอสิทธิประโยชน์จากพันธมิตรที่มากกว่า มุ่งเจาะตลาดไมซ์นานาชาติผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มจำนวนและค่าใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่มไมซ์

โดยมี นายพรรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการทีเส็บ และ นางสาวริตา จินตทานนท์ ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ทีเส็บ ให้รายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ ปี 2558 และแคมเปญ "Spice Up Your Business Agenda 2015" พร้อมด้วยผู้แทนจากหน่วยงานพันธมิตรอย่าง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท วีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล เอเชีย-แปซิฟิก แอลแอลซี ร่วมให้ข้อมูล

2015 digital marketing plan Showcasing 'Spice Up Your Business Agenda' campaign

TCEB has announced an aggressive 2015 digital marketing plan highlighting key initiatives including the enhancement of a world-class innovative MICE web portal, and the development of a mobile application for MICE travellers and professionals offering easy access to a Thai MICE database. Also, TCEB is partnering leading public and private sector organisations to launch the 2nd edition of the Spice Up Your Business Agenda campaign targeting savvy international MICE markets, with the aim of increasing visitor numbers and spending.

Together with Mr. Nopparat Maythaveekulchai, President of TCEB, and Mrs. Sarita Chintakanond, Information Technology Director, representatives from the Department of International Trade Promotion (DITP), Ministry of Commerce, Tourism Authority of Thailand (TAT), Thai Airways International Public Company Limited (THAI), and Visa International (Asia-Pacific) LLC. were on hand to provide in-depth information at the press conference.



เดินหน้ารุกตลาดจีนระดับคุณภาพในกลุ่มลูกค้าองค์กร

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ทีเส็บ พร้อมด้วย นางสาววิชญา สุนทรสารทูล ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ ทีเส็บ เผยทิศทางกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดจีน ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าอันดับ 1 ของตลาดไมซ์ไทย โดยเน้นเจาะตลาดจีนในกลุ่มลูกค้าองค์กร มุ่งผลักดันตลาด High Quality เจาะเมืองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงของจีน โดยร่วมกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรม การประชุมคัดเลือกสรรสินค้าและบริการที่ดีเยี่ยม มีความพิเศษเฉพาะและทรงคุณค่า พร้อมนำเสนอแคมเปญ MegaEvent ให้การสนับสนุนการจัดงานต่อกลุ่มลูกค้า เพื่อให้เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายของการจัดงาน นอกจากนี้ยังเน้นการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะการจัดเทรดโชว์ในเมืองเศรษฐกิจหลักของจีน การประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการขยายความร่วมมือผ่านองค์กร สมาคมธุรกิจระหว่างไทย-จีน สมาคมผู้ประกอบการไมซ์ ตลอดจนสถานทูตจีน เพื่อจัดกิจกรรมทัศนศึกษาดูงานให้กับกลุ่มลูกค้า ทั้งในกลุ่มองค์กรและตัวแทนการจัด เข้ามาศึกษาสินค้าและบริการด้วยการทดลองใช้ผ่านประสบการณ์ตรง เพื่อเพิ่มการใช้จ่ายของกลุ่มลูกค้าในประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2558 ณ โรงแรม อินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

TCEB, Thai Private Sectors focus on China corporate market

Mrs. Supawan Teerarat, Vice President Strategic and Business Development, TCEB, together with Ms. Vichaya Soonthornsaratoon, Director of Conventions Department, announced strategies to penetrate the Chinese market, especially in the highest potential Chinese cities. Chinese market is ranked no.1 among quality business travelers of Thailand MICE offerings.

TCEB also seeks for cooperation with the related private agencies in the meetings industry to help select high quality products and services. TCEB will also join hands with the Thai-Chinese Business Association, MICE entrepreneur associations and the Chinese embassy in Bangkok to furnish Chinese firms with comprehensive information about business events in Thailand. In addition, TCEB will organise tradeshows in Chinese mega cities and will also promote a Mega Event Support campaign through various communication channels including online social media to attract event organisers from China. The aim is to attract more quality Chinese corporates to increase their MICE spend in Thailand. The meeting was held on 17 March 2015 at InterContinental Hotel Bangkok.



จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ ASEAN MICE Venue Standard Workshop ครั้งที่ 2

ทีเส็บ ร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นเจ้าภาพการจัดประชุมอาเซียนวาระพิเศษครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2557 ที่ผ่านมา ว่าด้วยมาตรฐานห้องประชุมอาเซียน "From Thailand MICE Venue Standard to ASEAN MICE Venue Standard" ผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ หรือ Thailand MICE Venue Standard เป็นแม่แบบ ผลักดันสู่โครงการ ASEAN MICE Venue Standard หรือ มาตรฐานห้องประชุมอาเซียน โดยมติในที่ประชุมดังกล่าว ได้มอบหมายให้ทีเส็บจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ASEAN MICE Venue Standard Workshop ครั้งที่ 2 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมจาก 7 ประเทศ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา มาเลเซีย และประเทศไทย เพื่อการสร้างความเข้าใจและยกระดับการพัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ในอาเซียนให้เป็นหนึ่งเดียวกันทั้งภูมิภาค เมื่อวันที่ 30-31 มีนาคม 2558 ณ โรงแรม อินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

สำหรับการดำเนินงานจัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ไทย (Thailand MICE Venue Standard) ได้มีสถานประกอบการไทยผ่านการรับรองมาตรฐานและได้รับมอบตราสัญลักษณ์ทั้งสิ้น 42 แห่ง แบ่งเป็นกลุ่มศูนย์ประชุม 3 แห่ง กลุ่มโรงแรมหรือรีสอร์ท 34 แห่ง และกลุ่มหน่วยงานภาครัฐเอกชน 5 แห่ง รวมเป็นจำนวนห้องประชุม 114 ห้อง

The 2nd ASEAN MICE Venue Standard Workshop

TCEB in collaboration with the Ministry of Tourism and Sports, recently organised the 1st Special Meeting on ASEAN MICE Venue Standard (AMVS), under the theme "From Thailand MICE Venue Standard to ASEAN MICE Venue Standard", on 4 December 2014. Aiming at driving the MICE industry to a higher priority on the ASEAN agenda and strengthen cooperation among ASEAN member countries to adopt the Thailand MICE Venue Standard as a developing model for the ASEAN MICE Venue Standard. Following the first meeting, TCEB was appointed to host the 2nd ASEAN MICE Venue Standard Workshop, held during 30-31 March 2015, at the InterContinental Hotel Bangkok. The participants from the Philippines, Singapore, Myanmar, Laos, Cambodia, Malaysia and Thailand were on hand to help build awareness and raise region-wide adoption of the venue standardization across the ASEAN region.

Currently, the implementation of the Thailand MICE Venue Standard has been carried out in 42 venues across Thailand, covering 114 meeting rooms, displaying the Thailand MICE Venue Standard emblem. The accredited venues consists 3 convention centres, 34 hotels and resorts, and five public and private agencies.



มองไมซ์อาเซียน – สิงคโปร์

อุตสาหกรรมไมซ์ถือว่าเป็นบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไม่เพียงเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่รวมถึงเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย เพื่อเป็นการเตรียมตัวสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปีนี้ เราจึงควรที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจกับสถานการณ์อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อนำข้อมูลมาปรับใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยต่อไป โดยประเทศแรกที่จะทำความรู้จัก คือ ประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์ถือเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับโลกและรั้งอันดับหนึ่งในการเป็นเมืองที่มีการจัดงานไมซ์มากที่สุด ในอาเซียน โดยในปีที่ผ่านมา สิงคโปร์ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ถึง 3.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 จากปีก่อนหน้า และสามารถสร้างรายได้ทั้งสิ้นจำนวน 5.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณกว่า 180,000 ล้านบาท โดยภาคส่วนการประชุมมีสัดส่วนถึงร้อยละ 55.4 ในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมดของประเทศ

The Singapore Exhibition & Convention Bureau (SECB) คือหน่วยงานกลางของรัฐบาลสิงคโปร์ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบการส่งเสริมสนับสนุนจัดกิจกรรมไมซ์ของประเทศโดยมีกลยุทธ์ที่มีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมไมซ์ของสิงคโปร์ประสบความสำเร็จในเวทีโลกฐานะหนึ่งในเมืองจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับโลก จุดแข็งของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศสิงคโปร์ คือการสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งในเรื่องของคอนเทนต์และเทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังมีความเข้มแข็งในเรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม เราพอจะสรุปกลยุทธ์การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของสิงคโปร์ที่ทำให้ประเทศเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวทีโลก ดังนี้

1. แผนการพัฒนาที่ยั่งยืนของคณะกรรมการการท่องเที่ยว

The MICE industry is a catalyst for economic prosperity both for Thailand and all ASEAN countries. In the wake of ASEAN Economic Community (AEC), it is good for member countries to learn about the MICE industry. A better understanding of MICE conditions in different countries will help Thailand develop further and compete effectively in regional markets.

Singapore retains its spot as the world's top international meeting country and city. Last year, it welcomed some 3.5 million business travellers, a 3% increase from the previous year, generating for a total of US\$5.5 billion. The meetings sector contributes the highest proportion at 55.4% of the total economic impact.

Singapore Exhibition & Convention Bureau (SECB) is the government's core agency for implementing and supporting the country's MICE activities. SECB plays a pivotal role in securing the position of being the world's dynamic MICE country. The obvious strength of Singapore's MICE is its innovation of both content and technology. A strong collaborative network at both domestic and international level is also key to Singapore's success in the international MICE industry. We can remark on six effective strategies that account for the city's sustainable success as a major global MICE destination.

1) Singapore Exhibition & Convention Bureau's sustainability guidelines: Launched in 2013, STB's Sustainability Guidelines are designed for and directed towards, with an objective to encourage MICEs stakeholders to adopt sustainable practices to meet global sustainability requirements. This scheme covers seven industry components from across the business events system.

2) Approved International Fair: Developed in 1990, the Approved International Fair (AIF) scheme confers

ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งใช้มาตั้งแต่ปี 2556 โดยเป็นแนวทางการพัฒนาของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และมี SECB เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมการปฏิบัติและดำเนินงานตามมาตรฐานระดับโลกในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมทุกภาคส่วนตั้งแต่ผู้วางแผนการประชุม ผู้จัดงาน สถานที่จัดงาน ที่พัก บริการโลดที่ศูปรกรณ์ การเดินทาง รวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่ม

2. แผนงาน Approved International Fair (AIF) ที่เริ่มมาตั้งแต่ปี 2533 เป็นการให้การรับรองแก่นักธุรกิจที่ได้รับการพิจารณาแล้วว่ามีความน่าเชื่อถือที่จะสร้างมูลค่าทางการค้าและดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ การรับรองโดยหน่วยงานรัฐบาลถือเป็นเครื่องมือสร้างความมั่นใจแก่ผู้เข้าร่วมงาน หรือผู้จัดงานว่าจะสามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมาย ทั้งยังสามารถสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ค้าและผู้ซื้อรายสำคัญจากทั่วโลก นอกจากนี้ บริษัทที่เข้าร่วมแสดงสินค้ายังได้รับสิทธิพิเศษในการลดหย่อนภาษีถึง 2 เท่า และยังได้รับการสนับสนุนจาก SECB ในด้านการเงิน การหาสถานที่จัดงาน การช่วยหาพันธมิตรกับธุรกิจชั้นนำ สมาคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์ด้วย ซึ่งสามารถสร้างแรงจูงใจอย่างสูงแก่นักท่องเที่ยวและนักจัดงานไมซ์จากทั่วโลก

3. BestCities Global Alliance คือการรวมกลุ่มกันของประเทศพันธมิตร 10 เมือง ได้แก่ เบอร์ลิน เคปทาวน์ โคเปนเฮเกน ดูไบ เอ็ดินบะระ ฮุสตัน เมลเบิร์น ซิดนีย์ สิงคโปร์ และแวนคูเวอร์ โดยเมืองดังกล่าวได้รับการยอมรับว่าเป็นสถานที่จัดงานไมซ์คุณภาพ ซึ่งผู้จัดงานหรือการประชุมต่างๆ สามารถมั่นใจถึงบริการที่ยอดเยี่ยมทั้งในเรื่องของมาตรฐานการสนับสนุน การวางแผนการประชุม ความชำนาญของบุคลากร และการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดงาน ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสิงคโปร์ในฐานะจุดหมายปลายทางจัดงานไมซ์ระดับโลก

official recognition on selected exhibitions with proven international and commercial appeal. Participants in AIF-endorsed events can be assured of: 1) reaching the Asian market; 2) making contacts and networking with important relevant trade visitors and buyers from around the world, and 3) gaining access to a wide range of quality international products and services conveniently brought together at a single venue. Local firms exhibiting at an AIF-endorsed tradeshow are eligible for double tax deduction (DTD). SECB also offers non-financial support that may include facilitation in securing venues; introductions with leading business partners, local associations, and public agencies, as well as marketing and publicity support.

3. BestCities Global Alliance: SECB is a member of the BestCities Global Alliance, a global alliance designed to ensure convention bureau service excellence from ten partner cities: Berlin, Cape Town, Copenhagen, Dubai, Edinburgh, Houston, Melbourne, Chicago, Singapore and Vancouver. Prospective conference and event organisers may select any of the alliance partners to benefit from services in, among others, bid assistance, conference planning, destination expertise, and onsite event servicing.

4. Conference Ambassador Programme (CAP): Launched in 2006, the Conference Ambassador Programme (CAP) plays a pivotal role in securing success for Singapore's MICE. The CAP scheme identifies rewards and galvanizes non-professional conference organisers who are experts and influential opinion leaders in Singapore's key economic sectors. These "ambassadors" represent Singapore in bidding for international business events and have facilitated securing lots of prestigious events, including s ASEAN Congress of Cardiology (ACC) 2012 and 22nd World Congress for Sexual Health 2015

4. การดำเนินโครงการ Conference Ambassador Programme (CAP) ซึ่งดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2549 และมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยให้อุตสาหกรรมไมซ์สิงคโปร์ประสบความสำเร็จในระดับโลก โดยในโครงการนี้จะมีการเชิญนักธุรกิจมืออาชีพในอุตสาหกรรมหลักอื่นๆ ของประเทศ นอกเหนือจากอุตสาหกรรมไมซ์ มาเป็นทูตเพื่อสร้างภาพลักษณ์และเป็นผู้ดำเนินการจัดงานระดับนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมต่างๆ มาจัดที่สิงคโปร์ อาทิ งาน ASEAN Congress of Cardiology (ACC) 2012 และ งาน World Congress for Sexual Health 2015

5. การแบ่งคลังเตอร์อุตสาหกรรมและการปฏิบัติการเชิงรุกเพื่อจัดงานใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องในคลังเตอร์อุตสาหกรรมหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะที่เดียวกันก็มีการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถจัดงานในขนาดที่ใหญ่ขึ้นได้เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าจากทั่วโลก

6. การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ สิงคโปร์ได้จัดตั้งกองทุนพัฒนาการท่องเที่ยว (tourism development fund) ที่ดำเนินการสนับสนุนด้านการเงินสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง ส่งผลให้สิงคโปร์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนทุนในการสร้างสรรคสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ผ่านกองทุน tourism product development fund เพื่อผลักดันสิงคโปร์เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก รวมทั้งกองทุนสำหรับการพัฒนาการล่องเรือเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้แก่สิงคโปร์จำนวนมาก โดยจะเห็นได้ว่า การสนับสนุนด้านการเงินนั้นมีสัดส่วนถึงร้อยละ 50

Get to Know MICE in ASEAN – Singapore

5.Strategic Cluster Approach: SECB builds and leverages Singapore's capabilities to host large-scale events along with new business, marketing and channel development initiatives. This includes proactive bidding for new events based on key clusters, attracting foreign industry players, corporations and international associations to organize events and/or setting up bases in Singapore, creating new events based on key clusters and growing existing events. This also includes developing its supplier communities' capabilities of hosting more and larger events.

6.Effective incentive schemes to drive all of the country's major concrete targets. Incentives are provide through three major funds. **Tourism Development Fund** – under the "BE in Singapore" or "Business Events in Singapore" scheme, finance the development of business events from 2006–2010. **Tourism Product Development Fund** (TPDF) supports the creation of new tourism products and experiences as well as rejuvenation of existing products and experiences that heighten interest in Singapore as a tourist destination. **Cruise Development Fund** (CDF) – CDF supports the home-porting of new cruise ships or extension in deployments of existing home-ported cruise ships out of Singapore. This umbrella incentive scheme helped Singapore attract, bid for and grow a sustainable volume of strategic business events to support the development of key clusters that make up Singapore's economic base.

Source:
 - MyCEB. Our Services. Retrieved August 27, 2014, from <http://www.myceb.com.my/our-services>
 - SMI SME Business Directory., ibid. http://www.yoursingapore.com/content/dam/mice/en/whysingapore/PDF/STB_sustainability_guidelines_manual_november_2013.pdf
 - STB. Approved International Fair. Retrieved August 30, 2014, from [https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/resources/Pages/AIF-\(Non-Financial-Assistance\).aspx](https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/resources/Pages/AIF-(Non-Financial-Assistance).aspx)
 - STB. BestCities Global Alliance. Retrieved August 27, 2014, from <https://www.stb.gov.sg/news-and-publications/lists/newsroom/dispform.aspx?ID=515>
 - BestCities. Home Page. Retrieved August 27, 2014, from <http://www.bestcities.net/>
 - World Tourism Organization. MICE Industry – An Asia-Pacific Perspective (2012). ibid., p. 45.
 - MICE Industry – An Asia-Pacific Perspective (2012). ibid., p. 46.
 - World Tourism Organization. MICE Industry – An Asia-Pacific Perspective (2012). ibid., p. 46.
 - [https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/grants/Pages/Tourism-Product-Development-Fund-\(TPDF\).aspx](https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/grants/Pages/Tourism-Product-Development-Fund-(TPDF).aspx)
 - [https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/grants/Pages/Cruise-Development-Fund-\(CDF\).aspx](https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/grants/Pages/Cruise-Development-Fund-(CDF).aspx)

Thailand CONNECT

Your Global Business Events Connection

Thailand CONNECT The World

Where Global Business Events
Complete Your World Success

