



Issue 1: Jan-Feb 2014 TCEB Call Center 1105

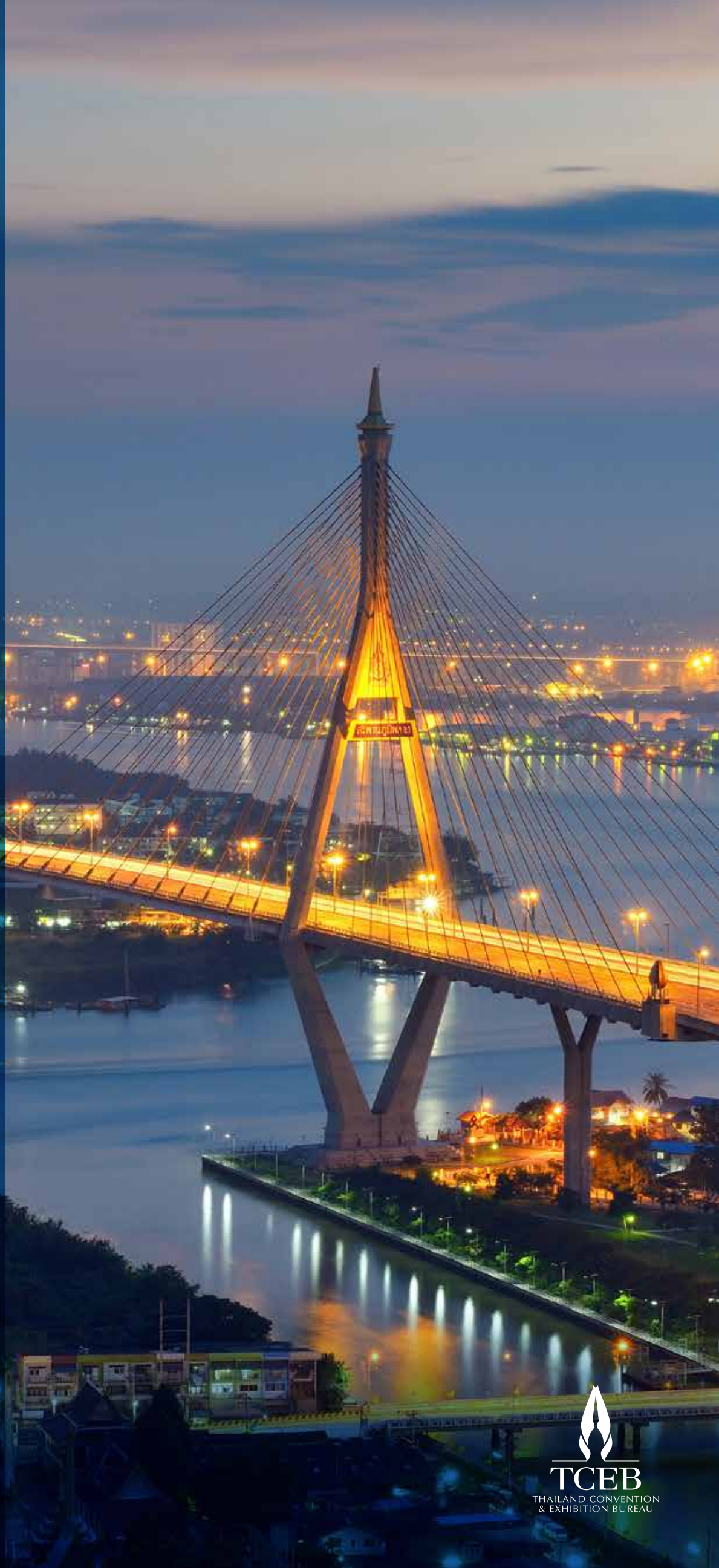
TCEB sees growth in Q1, launching Thailand's MICE rewards

Online activities to promote Thailand's MICE destinations

Thailand leads ASEAN MICE Venue Standard

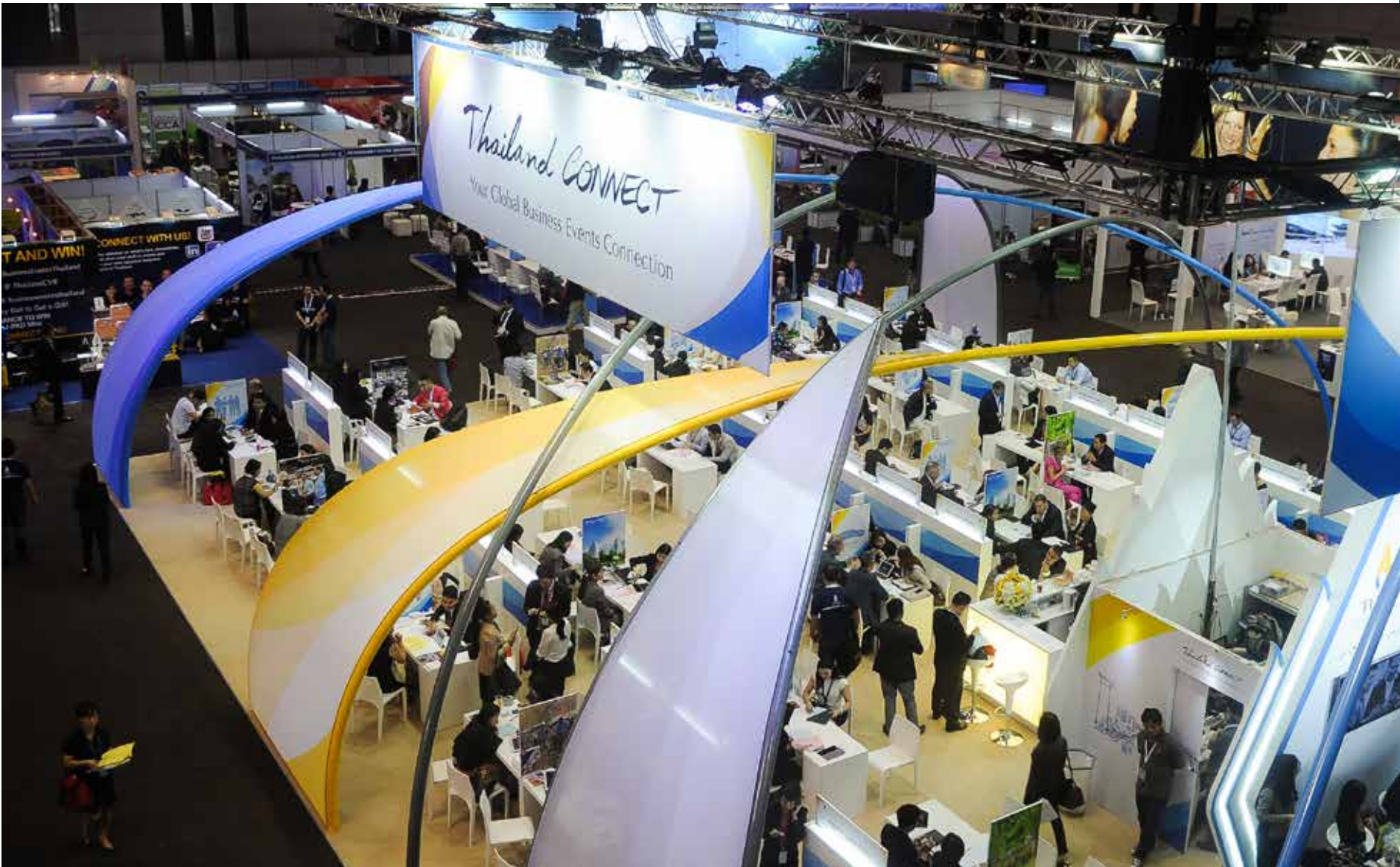
MICE Update.....	2
Special Feature.....	4
News in Brief.....	6
ASEAN Corner.....	7

Photo by Kalakorb Photography's



ที่เสียบเผยผลการดำเนินงานไตรมาสแรกยังโตต่อเนื่อง

พร้อมเปิดตัวโปรโมชันพิเศษ ฟันฟูตลาดไมซ์ไทย



ที่เสียบสรุปภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยไตรมาสแรกประจำปีงบประมาณ 2557 (ตุลาคม – ธันวาคม 2556) ยังคงอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และรายได้ พร้อมเดินทางออกโปรโมชันพิเศษกระตุ้นตลาด เปิดตัวครั้งแรกในงานเทรดโชว์ AIME 2014 ออสเตรเลีย มั่นใจสิ้นปีงบประมาณ 2557 สามารถสร้างรายได้จากไมซ์สู่เศรษฐกิจไทย 96,900 ล้านบาท โดยเอเชียยังคงครองส่วนแบ่งตลาดหลัก ในขณะที่ตะวันออกกลาง และโอเชียเนียเติบโตในอัตราตัวเลขสองหลัก (Double Digit)

ผลการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของที่เสียบในไตรมาสแรกประจำปีงบประมาณ 2557 ระหว่างเดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2556 ในภาพรวมมีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ทั้งสิ้น 186,864 คน อัตราการเติบโต 5.16% ทำรายได้ 16,033 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.16% โดย 10 อันดับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สูงสุดมาจากเอเชีย นำโดยจีน (38,036 คน) มาเลเซีย (13,103 คน) สิงคโปร์ (11,741 คน) อินเดีย (9,519 คน) ฟิลิปปินส์ (6,688 คน) ออสเตรเลีย (6,303 คน) เกาหลีใต้ (4,859 คน) อเมริกา (4,447 คน) ญี่ปุ่น (4,043 คน) และฮ่องกง (3,692 คน) จีนยังคงถือเป็นตลาดหลักที่ใหญ่และสำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย โดยพบว่าในไตรมาสที่ 1/2557 จีนขึ้นมาเป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด และมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 177 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 1/2556 ตลาดเอเชียครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 72 ของตลาดไมซ์ทั้งหมดคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 20.35

ตลาดตะวันออกกลางถือเป็นอีกหนึ่งตลาดที่น่าจับตาโดยที่ผ่านมาตลาดตะวันออกกลางมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดในไตรมาสที่ 1/2557 มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 525 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตลาดไมซ์ ที่มีอัตราการเติบโตอย่างน่าสนใจ คือ กลุ่มโอเชียเนีย มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 16.63

หากเปรียบเทียบสถิติแยกรายอุตสาหกรรมจะพบว่า อุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ (Conventions) เป็นกลุ่มตลาดที่มีปริมาณสูงสุดทั้งจำนวนและรายได้ คิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ 58,682 คน เติบโตขึ้นร้อยละ 9.29 ทำรายได้ 5,805 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.30% รองลงมาคือ กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) มีจำนวน 58,564 คน อุตสาหกรรมการประชุมองค์กร (Meetings) 38,315 คน และอุตสาหกรรม การแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) 31,303 คน จากผลการวิจัยตลาดในไตรมาสที่ 1/2557 พบว่า อุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของไทยสามารถก้าวสู่ตลาดคุณภาพโดยสามารถบรรลุเป้าประมาณการการตลาด

ที่ต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวร้อยละ 5 และเพิ่มจำนวนรายได้ร้อยละ 10 โดยจากข้อมูลพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.59 และจำนวนรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.02

แม้ว่าประเทศไทยกำลังเผชิญกับวิกฤตทางการเมืองแต่สถานการณ์โดยรวมยังคงค่อนข้างเป็นไปด้วยความสงบเรียบร้อย ในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ ที่เสียบจึงเร่งดำเนินการการพัฒนาโปรโมชันทางการตลาดเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นให้แก่ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยเฉพาะการนำเสนอความสะดวกสบายและประทับใจกับอสังหาริมทรัพย์ของคนไทย ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดงานระดับเวิลด์คลาสของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 4 โปรโมชัน ได้แก่

- **“Meetings Bonus”** เป็นการให้การสนับสนุนทางการเงิน มูลค่า 1 แสนถึง 1 ล้านบาท แก่ผู้จัดงานที่นำงานประชุมองค์กรเข้ามาจัดในประเทศไทย ขนาดตั้งแต่ 200-1,000 คน โดยจะต้องมีวันพักค้างในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน
- **“Conventions Bonus”** ให้การสนับสนุนทางการเงิน มูลค่า 2 แสนถึง 5 แสนบาท กับสมาคมต่างๆ ผู้จัดงานประชุมนานาชาติ หน่วยงานรัฐบาล และสถาบันการศึกษา ที่นำเอางานประชุมนานาชาติขนาดตั้งแต่ 300-1,000 คนเข้ามาจัดในประเทศไทย
- **“Business Up 2 U”** เป็นโปรแกรมให้การสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย โดยรายละเอียดการสนับสนุนจะแตกต่างกันไป พิจารณาจากผลการจัดงานในปีก่อนหน้านั้น เพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้จัดงานจะสามารถจัดงานแสดงสินค้าดังกล่าวในประเทศไทยได้ต่อไป
- **“Be My Guest”** แคมเปญนี้มุ่งหวังจะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และกลุ่มผู้ซื้อด้านไมซ์ระดับคุณภาพจากนานาชาติมาร่วมงานไมซ์ที่จัดขึ้นในเมืองไทย โดยที่เสียบจะให้การสนับสนุนด้านที่พักไม่เกินคนละ 2 คืน ต่อการจัดงานแสดงสินค้า 1 งาน

โดยที่เสียบได้เปิดตัวโปรโมชันฟันฟูตลาดไมซ์ไทยเป็นครั้งแรกในงาน AIME 2014 ซึ่งเป็นงานเทรดโชว์ด้านการประชุมและการท่องเที่ยวที่สำคัญมากงานหนึ่งในภูมิภาค ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย โดยตลาดโอเชียเนีย นับเป็นหนึ่งในตลาดที่มีการขยายตัวอย่างสูงในไตรมาสที่ 1

TCEB sees growth in the first quarter, launching Thailand's MICE rewards



TCEB has put its fiscal year 2013-2014 (October-December 2013) Q1 performance in perspective, telling of steady growth in numbers of MICE travellers and revenue. In the wake of political unrest, TCEB launched special promotions at the AIME 2014 international tradeshow in Australia to re-establish confidence among clients and recover the overall industry. The MICE industry is expected to generate approximately 96,900 million baht this year. Asia is still the major market, while the Middle East and Oceania markets have been seeing double digit growth.

In Q1 of fiscal year 2013-2014, Thailand welcomed a total of 186,864 MICE travellers, up by 5.16% from the previous year. They generated 16,033 million baht in revenue, up by 6.16%. The top ten countries where MICE travellers came from were China (38,036), Malaysia (13,103), Singapore (11,741), India (9,519), The Philippines (6,688), Australia (6,303), South Korea (4,859), the United States (4,447), Japan (4,043), and Hong Kong (3,692). China still ranks the number one market with 177% growth compared to the same period of the previous year.

Asia accounts for 72% of the market and grew by 20.35%. The Middle East emerged as a promising market with a high growth rate of 525% in the first quarter. In addition, TCEB has identified potential in the Oceania region that saw 16.63% growth.

Breaking the MICE industry down into sectors, conventions is the leader in terms of volume and revenue with a total of 58,682 MICE travellers, up by 9.29%, and total revenue of 5,805 million baht, up by 9.30%. Second is incentives which welcomed a total of 58,564 MICE travellers. Meetings and exhibitions attracted 38,315 and 31,303 MICE travellers respectively. According to market research in Q1/2014, the exhibitions sector was able to penetrate the high-valued market and achieved its targets for growing the numbers of MICE travellers and revenue. Statistics showed that MICE travellers increased by 5.59%, above the target of 5.0%, with total revenue growth of 10.02% compared to a target of 10%.

Despite the political unrest in Thailand, the overall situation remained steady. Nevertheless, TCEB realises the challenges presented by the volatile situation. In response, it launched special promotion packages to boost MICE business and recover confidence among MICE travellers from all over the world. The promotions offer more convenience to customers with world-class facilities, while emphasising Thai hospitality as the country's strongest point. The packages include:

- **"Meetings Bonus"** 100,000-1,000,000 baht subsidies for organisers of meetings with 200-1,000 delegates with a minimum three nights stay in Thailand.
- **"Conventions Bonus"** 200,000 to 500,000 baht subsidies for associations, international MICE organisers, government agencies, and educational institutes that organise meetings with 300-1,000 delegates in Thailand.
- **"Business Up 2 U"** offers particular organisers support for organising an exhibition. Supports differ depending on the past performances and achievements of particular organisers. This is to ensure that the organisers have the potential to organise effective exhibitions in Thailand.
- **"Be My Guest"** offers support for accommodation for not over two nights per exhibition in order to attract high value international MICE travellers and buyers to Thailand.

สำหรับแผนงานด้านการตลาดในไตรมาสที่ 2/2557 นั้น ที่เส็บได้เร่งปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงกลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮ่องกง ให้กลับคืนมาเน้นสร้างและขยายเครือข่ายภาคีพันธมิตร ด้วยการร่วมกันดำเนินงานมากยิ่งขึ้นสะท้อนความเชื่อมั่นผ่านภาพลักษณ์ "ทีมไทยแลนด์" เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยทั้งในและต่างประเทศเน้นการดึงดูดกลุ่มตลาดคุณภาพสำหรับธุรกิจประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ด้านธุรกิจการประชุมนานาชาติจะเน้นการขยายตลาดการประชุมนานาชาติไปสู่รายอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เป็นตลาดคุณภาพสูง เช่น ภาคการศึกษา (Education) อุตสาหกรรมเทคโนโลยี โทรคมนาคม การเงินและการบัญชี และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ ยังคงรักษาตลาด ขยายตลาด และเพิ่มจำนวนงานแสดงสินค้าไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมอากาศยาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ไตรมาสที่ 2 ที่เส็บตั้งเป้าหมายนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จำนวน 296,000 คน สร้างรายได้ 29,070 ล้านบาท โดยเชื่อมั่นว่าอุตสาหกรรมไมซ์ยังคงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ที่เส็บมั่นใจว่าจากโปรโมชันพิเศษที่เปิดตัวตลาดไมซ์ไทย ร่วมกับแผนสนับสนุนทางการตลาดภายใต้แบรนด์ Thailand CONNECT ตลอดจนแนวทางส่งเสริมตลาดต่างๆ ที่ที่เส็บดำเนินการมาตลอดจะช่วยผลักดันการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในปี2557ให้เจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่องโดยที่เส็บกำหนดเป้าหมายว่าปีนี้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากทั่วโลกเข้ามาทั้งสิ้น 987,000 คน เพิ่มขึ้น 5% และสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้น 10% คิดเป็นมูลค่า 96,900 ล้านบาท

แม้ว่าประเทศไทยจะประสบปัญหาความไม่สงบทางการเมือง แต่ด้วยสถานะทางการตลาดที่เข้มแข็ง ปีนี้ทางผู้จัดงานไมซ์ต่างๆ ยังคงยืนยันเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางจัดงาน อาทิ การประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในงาน the Unicity Global Convention, งานประชุมนานาชาติที่สำคัญๆ หลายงาน เช่น the 3rd Global Congress for Consensus, The 10th International Mycological Congress (IMC) และ the International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014 และงานแสดงสินค้านานาชาติ ได้แก่ INTERMACH 2014, PROPAK 2014 และ Food & Hotel Thailand 2014

The promotions were implemented for the first time at AIME 2014, one of the MICE tradeshows most recognised in the Oceania region. The event was held in Melbourne, Australia, and Oceania was one of the fastest-growing MICE markets for Thailand in the first quarter.

Looking ahead to the marketing plan for Q2/2014, TCEB has adjusted its strategy to recover clients in major markets, including India, Japan, South Korea, and Hong Kong, by focusing on strengthening networks of MICE allies under a "Team Thailand" marketing campaign. It is expected that strong cooperation between allies will revive confidence among international MICE organisers and promote Thai MICE both at home and overseas. The target group is high-value clients in the incentives market. TCEB also plans to expand the conventions market to more industries, including education, IT, finance & accounting, and creative economy. Regarding the exhibitions market, the main targets are tourism, aviation, and creative industries.

In Q2, TCEB aims to attract 296,000 MICE travellers and generate 29,070 million baht in revenue. The MICE industry continues to be seen as a catalyst for the country's economic development based on TCEB's initiatives and promotions, coupled with its effective marketing strategy under the banner of "Thailand CONNECT" and other such initiatives. Consequently, it is expected that this year, Thailand will draw 987,000 MICE travellers from all over the world, up by 5% from last year, growing revenue by 10% to some 96,900 million baht.

Despite the current political turmoil, Thailand's MICE industry expertise and high capacity continue to be recognised. Thailand continues to be selected to host numerous international events such as the Unicity Global Convention, the 3rd Global Congress for Consensus, The 10th International Mycological Congress (IMC), the International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014, and INTERMACH 2014, PROPAK 2014 Food & Hotel Thailand 2014, among others.

2 กิจกรรมไฮเบอร์โปรโมทอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

ชวนสาธารณชนร่วมแบ่งปันประสบการณ์ไมซ์ผ่านสื่อออนไลน์



ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะช่องทาง การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของยุคดิจิทัลในปัจจุบัน ที่เติบโต จิงริเริ่มการใช้สื่อออนไลน์ให้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการ ประชาสัมพันธ์ศักยภาพและความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ ในประเทศไทยให้เป็นที่ประจักษ์อย่างอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั่วโลก อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างที่เส็บและ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการ โปรโมททางเลือกของการจัดงานไมซ์ในเมืองไมซ์ซิตี้ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ และขอนแก่น

โดยในปี 2556 นั้น ที่เส็บได้ดำเนินงานโปรเจกต์ที่สำคัญ อาทิ โครงการ จัดประกวดภาพถ่ายภายใต้หัวข้อ Inspiring Thailand เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคที่ ให้ประสบการณ์พิเศษอันหลากหลาย และอีกหนึ่งโครงการสำคัญด้าน การตลาดออนไลน์ คือ “โครงการแข่งขันคัดเลือกรักจัดงานไมซ์อาชีพ และบล็อกเกอร์ในสื่ออุตสาหกรรมไมซ์จากทั่วโลก หรือ “MICE Destination Review Competition” นับเป็นโครงการต่อเนื่องระหว่าง ปีงบประมาณ 2556-2557 ที่ที่เส็บร่วมกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และหน่วยงานภาคอุตสาหกรรมไมซ์ เปิดรับสมัครบล็อกเกอร์ และนักจัดงานไมซ์ซึ่งมีผู้สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้นกว่า 100 คน จาก 20 ประเทศทั่วโลก ทางคณะกรรมการได้คัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติ โดยพิจารณาจากประสบการณ์และความสำเร็จในฐานะของนักจัด

วางแผนการประชุมหรือบล็อกเกอร์ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ที่มีผู้ติดตาม ในสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก จนกระทั่งมีผู้พร้อมด้วยคุณสมบัติ ดังกล่าวผ่านการคัดเลือกเข้าถึงรอบชิงชนะเลิศเพียง 5 ท่าน ได้แก่ โรเบิร์ต ชเรเตอร์ บล็อกเกอร์ท่องเที่ยวชื่อดังจากสหรัฐอเมริกา วิคตอเรีย ฟิลลิปอต บล็อกเกอร์จากสหราชอาณาจักร สเตฟานนี ซีเลส นิค บล็อกเกอร์ จากสหรัฐอเมริกา เจนิเฟอร์ ลี นักจัดงานไมซ์อาชีพจาก บริษัท ยูบีเอ็ม เอเชียเทรดแพร์ ประเทศสิงคโปร์ และเหิงยีน ฮวง ผู้อำนวยการ Hanoi Foreign Affairs Service Center จากประเทศเวียดนาม โดยทั้ง 5 ท่าน ได้รับมอบหมายให้ไปเยี่ยมชมเมืองไมซ์ซิตี้แต่ละแห่ง ระหว่างวันที่ 19-25 มกราคม เพื่อนำประสบการณ์ที่แสดงถึงศักยภาพของเมืองไมซ์ ซิตี้ ทั้งสาธารณูปโภค คมนาคมขนส่ง โรงแรม ศูนย์ประชุมและแสดง สินค้า และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ มาเขียนในบล็อกของตนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่มีประโยชน์และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายใน อุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลก รางวัลชนะเลิศแบ่งออกเป็น 2 สาขา คือ รางวัล บล็อกที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด ได้รับรางวัลเงินสดและของรางวัลอื่นๆ มูลค่า 5,000 เหรียญสหรัฐ และรางวัลบล็อกที่มีเนื้อหาดีที่สุดในสาขา ได้รับรางวัล เงินสดและของรางวัลอื่นๆ มูลค่า 3,000 เหรียญสหรัฐ

โรเบิร์ต ชเรเตอร์ บล็อกเกอร์ท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่ได้รับมอบหมาย ในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวไมซ์ในกรุงเทพฯ กล่าวว่า “นอกเหนือ จากความพร้อมด้านสถานที่จัดงานและอำนวยความสะดวกที่ดีที่สุด เยี่ยมแล้ว สิ่งที่ผมประทับใจและเห็นว่าเป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมไมซ์

ของไทยคือน้ำใจและอุปนิสัยเป็นมิตรของคนไทย” เจนิเฟอร์ ลี ในฐานะนักจัดงานที่ผ่านเวทีระดับโลกมากมาย ได้รับ มอบหมายให้ถ่ายทอดประสบการณ์ของเมืองพัทยาแล้วว่า “จุดแข็ง ของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยคือการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐที่ต่อเนื่อง เช่น ที่เส็บ ซึ่งเป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน รวมทั้งทัศนคติเชิงบวกของทีมงานในการตอบสนองความต้องการของ นักลงทุนหรือนักจัดงานในทุกกรณี”

ในขณะที่บล็อกเกอร์ชาวเวียดนาม เหิงยีน ฮวง ได้กล่าวในทำนองเดียวกัน ว่า “ไมซ์ซิตี้ของไทยนั้นมีความโดดเด่นในเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมประเพณี ที่อันทัดเทียม น่าสนใจ โดยเฉพาะจังหวัดขอนแก่นนั้น ผมเชื่อว่าจะไม่ เพียงสามารถเป็นศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ในภาคอีสานเท่านั้น แต่ยังมี ศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในแถบอินโดจีนและ กลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงด้วย”

ทั้งนี้ เมื่อจบภารกิจของทั้ง 5 ท่านแล้ว ที่เส็บคาดว่าจะมีผู้ติดตามบล็อกเกอร์ จำนวนมาก ซึ่งจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลและศักยภาพของไมซ์ซิตี้ใน ประเทศไทยไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยจะส่งผลดีต่อการต่อยอดภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะ ศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก

Online activities to promote Thailand's MICE destinations



Realising the importance of social networking as an effective media channel in digital business nowadays, TCEB has initiated digital campaigns believed to be instrumental in proactive communication with target groups and promoting the capacity of Thailand's MICE industry on the international scene, especially spreading better understanding about Thailand's MICE cities – Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai, Khon Kaen – as world-class MICE destinations.

In 2013, TCEB launched two major online marketing campaigns. "Inspiring Thailand" was a photo contest to promote Thailand as a regional MICE hub that provides exceptional MICE experiences. "MICE Destination Review Competition" is a continuous project throughout fiscal year 2013-2014 in collaboration with Thai Airways International Public Company Limited and allied organisations in the MICE industry. The project invites bloggers and professional organisers to share their Thai MICE experiences with the world via social media. A total of 100 candidates from 20 countries participated in the campaign.

The qualified candidates must be online bloggers or professional organisers who have related knowledge and experiences about the MICE industry with success

in a number of online followers or subscribers. After consideration, the Campaign Committee identified five qualified finalists from four countries for the final round: Mr Robert Schrader, a travel blogger from the US; Mrs Victoria Philpott, a travel blogger from the UK; Ms Stephanie Selesnick, an American blogger; Ms Jennifer Lee, a professional organiser from UBM Asia Trade Fairs Pte. Ltd., Singapore, and; Mr Nguyen Hoang, director of Hanoi Foreign Affairs Service Centre from Vietnam.

Each blogger was assigned a mission to review one of Thailand's five MICE cities (Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Khon Kaen, Phuket). Conducted from 19-25 January, the reviews had to cover the cities' MICE capacity in terms of infrastructure, transportation, accommodation, conference and exhibition centres as well as tourist attractions. First prize was divided into two categories: The Most Viewed Blog, offering cash and other prizes valued at US\$5,000, and; The Most Knowledgeable Blog, with cash and other prizes valued at US\$3,000.

"In addition to the high-standard of MICE venues and complete facilities, I think the strongest advantage of Thailand's MICE industry is Thai hospitality," said Mr Robert Schrader about Bangkok, the city he was

assigned to work on.

Jennifer Lee, a professional organiser with extensive experience on a number of world-class events, said about Pattaya: "Thailand's MICE is strong thanks to positive support from government agencies, especially the TCEB which facilitates all possibilities. The 'can do' attitude of Thai personnel helps meet all requirements of international investors and organisers."

Meanwhile, Vietnamese blogger Nguyen Hoang said: "Thailand's MICE cities are outstanding for their excellent infrastructure and facilities as well as the fascinating culture and local colour. This is especially true in Khon Kaen where I did my review. In my opinion, Khon Kaen is not only a MICE centre for Thailand's northern region but is also a promising centre for the whole Greater Mekong Sub-region."

With the finalists having completed their mission and their stories spreading through social media networks, TCEB believes that public participation will have a viral impact on the MICE market, thereby accentuating Thailand's stature as an ideal MICE destination at both regional and international levels.

กิจกรรม Photo Contest Inspiring Thailand

"Photo Contest Inspiring Thailand" หรือการประกวดภาพถ่ายภายใต้หัวข้อ "Inspiring Thailand" เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมภายใต้ นโยบายหลักของทีเส็บในการเดินทางประชาสัมพันธ์ศักยภาพของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ โดยเน้นการชูจุดแข็งด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมซึ่งจะเติมเต็มประสบการณ์และความประทับใจที่มากกว่าการจัดงานไมซ์ให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน

ทั้งนี้ ทีเส็บได้เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไป ไม่จำกัดเพศ การศึกษา และอายุ ร่วมส่งภาพถ่ายผ่านทางเว็บไซต์ www.facebook.com/BusinessEventsThailand/app_477948252227620 ซึ่งต้องเป็นภาพถ่ายที่สะท้อนความงดงามของประเทศไทยในแง่มุมต่างๆ โดยกำหนดเป็น 3 ประเภท ได้แก่ Attraction (สถานที่ท่องเที่ยว) Culture (วัฒนธรรม) และ Lifestyle (ผู้คนและวิถีชีวิต) ผู้ชนะเลิศในแต่ละประเภทได้รับรางวัลเงินสดพร้อมบัตรกำนัลท่องเที่ยวมูลค่ารวม 30,000 บาท

คณะกรรมการจากทีเส็บได้ทำการคัดเลือกภาพถ่ายที่ส่งเข้ามาจำนวนมาก โดยพิจารณาจากเทคนิคการถ่ายภาพ การจัดองค์ประกอบของภาพ แนวคิดและความหมายของภาพ ตลอดจนความสวยงามของภาพ โดยผู้ชนะทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ นายโกสินทร์ สุขุม (Attraction) นายศุภชัย ปราชปิติ (Culture) และนายกรพจน์ สุวรรณประเสริฐ (Lifestyle) โดยภาพถ่ายที่ได้รับรางวัลจะถูกนำไปใช้ในเอกสารประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ของไทยผ่านช่องทาง การสื่อสารต่างๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่กลุ่มนักจัดงานทั่วโลกให้ เลือกจัดงานประชุมและอีเวนต์ต่างๆ ในประเทศไทย



Inspiring Thailand Photo Contest

"Photo Contest Inspiring Thailand" was initiated under the concept "Inspiring Thailand" as part of TCEB's marketing strategy to promote Thailand as a regional MICE centre with high capacity complemented by diversity of culture and tourist destinations that offer different MICE experiences to business travellers.

The contest was opened to the general public regardless of gender, age or educational level, to submit photos that portray the beauty and impression of Thailand in three

categories: Attractions, Culture, and Lifestyle. The winner in each category received cash and accommodation voucher valued at 30,000 baht.

Considerations covered photographic techniques, composition, concept & meaning, and aesthetics. The winners were Mr Kosin Sukum (Attraction), Mr Supachai Pradpiti (Culture), and Mr Kornpoj Suwanpraser (Lifestyle). Their photos will be publicised through TCEB public relations materials via different media to inspire MICE organisers all over the world.



กิจกรรม “Domestic Familiarisation Trip 2014” ชูขอนแก่นเมืองโมเดิร์นแห่งใหม่

ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ ทีเส็บ ร่วมกับ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) จัดกิจกรรม Domestic Familiarisation Trip 2014 ระหว่างวันที่ 28-30 มกราคม 2557 ณ จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาพบปะทักทายที่ขอนแก่น และนำเสนอข้อมูลความพร้อมของจังหวัดขอนแก่นในการรองรับการจัดประชุมสัมมนา เช่น สถานที่จัดประชุม ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมสันทนาการ Team Building และกิจกรรมจิตอาสา โดยนำผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 30 หน่วยงานเข้าเยี่ยมชมสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงโมเดิร์นของจังหวัด อาทิ การเยี่ยมชมโรงแรมที่เปิดตัวใหม่ในจังหวัดขอนแก่น อย่าง โรงแรมเทอร์มินัล และโรงแรม เดอะชาร์ม นอกจากนี้ ยังได้เข้าเยี่ยมชมสนามกอล์ฟสิงห์ และโรงผลิตเบียร์สิงห์ที่ใช้ระบบบำบัดน้ำเสียตามแนวคิดในโครงการพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ของโครงการแหลมผักเบี้ย

‘Domestic Familiarisation Trip 2014’ proclaiming Khon Kaen the new city of MICE

The Department of Domestic MICE under supervision of TCEB, in collaboration with Thailand Incentive and Convention Association (TICA), organised “Domestic Familiarisation Trip 2014” in Khon Kaen province during 28-30 January 2014. The purpose of the activity was to introduce the role of the TCEB and show the readiness of the province by providing information about meetings accommodation, including venues, residential areas and tourist attractions. TCEB also held recreational activities aimed at team building and Corporate Social Responsibility activities.

Thirty government agencies participated in the activity, including visiting new venues to be used to host MICE meetings. They included new hotels in Khon Kaen such as The Terminal Hotel and The Charm Boutique Resort Thailand. Representatives also had a chance to visit Singha Golf Course and Khon Kaen Brewery where the wastewater treatment system initiated by His Majesty the King at Laem Pak Bia is rigorously applied.



ประสานความร่วมมือภาครัฐ ขับเคลื่อนโมเดิร์นไทย

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของการผนึกความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคีที่ร่วมขับเคลื่อนธุรกิจโมเดิร์น ทีเส็บจึงได้จัด “กิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐเพื่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมโมเดิร์นภายในประเทศ (Familiarisation Trip 2014)” โดยฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ เมื่อวันที่ 8-10 มกราคม 2557 ณ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐรับทราบพันธกิจของทีเส็บ และความสำคัญของอุตสาหกรรมโมเดิร์นมากยิ่งขึ้น รวมถึงการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างทีเส็บและทุกหน่วยงาน ผ่านกิจกรรมสันทนาการ สร้างการทำงานร่วมกันเป็นทีมโดยเชิญผู้แทนหน่วยงานจากภาครัฐและเอกชน เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 16 หน่วยงาน รวมทั้งสิ้น 54 คน อาทิ กรมการกงสุล กรมศุลกากร สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง บริษัท การท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

Cooperating with government sector to move forward Thailand’s MICE industry

Recognising the importance of authentic collaboration with government agencies and partners in helping accelerate the MICE business, TCEB organised the Familiarisation Trip 2014 with an aim to expand collaborative network with partners and government agencies to support Thailand’s MICE industry. The activity was staged by Government and Corporate Affairs Department at Khao Yai, Nakhon Ratchasima during 8-10 January 2014.

The purpose of the activity is to make government affiliates more familiar with the mission of TCEB and the importance of the MICE industry. The activity also aims to strengthen relations between TCEB and government partners through recreational activities for creating team building.

Fifty-four representatives of 16 partner agencies among public and private sector members of the TCEB joined the project. Concerned agencies include the Department of Consular Affairs, Customs Department, Immigration Bureau, Airports Authority of Thailand and many more.



ทีเส็บสนับสนุนจัดการแข่งขันนักกอล์ฟสตรีระดับโลก

นายพรรัตน์ เมธวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเส็บ (ซ้าย) แถลงข่าวให้การสนับสนุนการจัดแข่งขันกอล์ฟสตรีระดับโลก ฮอนด้า แอลพีจีเอ ไทยแลนด์ 2014 เป็นการแข่งขันทัวร์นักกอล์ฟสตรี 60 คนจากการจัดอันดับของแอลพีจีเอ ประจำปี 2557 และนักกอล์ฟรับเชิญอีก 10 คน รวม 70 คน ร่วมแข่งขันชิงเงินรางวัล 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 46 ล้านบาท พร้อมรางวัลพิเศษ ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์แอนด์เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว การสนับสนุนการจัดงานครั้งนี้จะเป็นการต่อยอดถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของการจัดงานไม่ช้ระดับนานาชาติ โดยเฉพาะเป็นสถานที่ของการจัดกิจกรรมกอล์ฟอันเป็นที่นิยมของกลุ่มคนกลุ่มการประชุมนและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

TCEB supports ‘Honda LPGA Thailand 2014’

Mr Nopparat Maythaveekulchai, President of the Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB), (left), led a press conference to launch “Honda LPGA Thailand 2014”, the premier ladies’ golf tournament. Seventy lady golfers will enter the competition, 60 of which are LPGA 2014 ranking with the other 10 entrants specially invited to participate. Total prize money of US\$1.5 million (approximately THB 46 million) will be presented to the winners. The press conference was held at Centara Grand at Central Plaza Ladprao. The support will also help further Thailand’s reputation in the international arena as a preferred destination for MICE activities in the region. Moreover, this will help promote the golf industry among corporate and incentive travels groups while injecting more golf-associated revenue into our economy.



MICE 101 สู่อำนาจชีวิตศึกษา

ฝ่ายพัฒนาอุตสาหกรรมโมเดิร์น ทีเส็บ รุกขยายฐานสู่อำนาจชีวิตศึกษาผลักดันหลักสูตร MICE 101 ร่วมบรรยายในหัวข้อ “MICE: ประโยชน์ที่ประเทศไทยได้รับ” ในการประชุมผู้บริหาร คณาจารย์และนักเรียน ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. ณ หอประชุมอาคารเฉลิมพระเกียรติ วิทยาลัยพณิชยการบางนา เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2557 และทางวิทยาลัยพร้อมจะเปิดหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาการจัดการประชุมและนิทรรศการ ในปีการศึกษาหน้าเช่นกัน ในเดือนพฤษภาคม 2557 ซึ่งกิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการก้าวสู่เป้าหมายหลักสูตรกลางการศึกษาขั้นสูงในภูมิภาคอาเซียน

MICE 101 to Vocational Level

TCEB - MICE Capabilities Department is expanding the knowledge & skills required for MICE industry to vocational level which could be adopted from MICE 101 curriculum. The seminar on “MICE: the benefit for Thailand” has been conducted at Bangna Commercial College on 4th February 2014. The college is ready to implement MICE 101 curriculum in this coming May 2014. This activity is part of the partnership between TCEB & education sectors to achieve the goal for Thailand as ASEAN MICE Education Hub.

ทีเส็บ เปิดมาตรฐานสถานที่จัดงานครั้งแรกในอาเซียน

พันธกิจหลักของทีเส็บคือการผลักดันให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ตั้งแต่ระดับรากฐาน โดยมุ่งหมายให้เกิดการพัฒนาต่อเนื่องอย่างยั่งยืน ในขณะที่อุตสาหกรรมไมซ์กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นพื้นที่ทางธุรกิจใหม่ที่กำลังได้รับความสนใจจากภาคธุรกิจในระดับประเทศและภูมิภาคนั้น ทีเส็บเห็นว่าควรจะต้องมีเครื่องมือวัดมาตรฐานคุณภาพอย่างเป็นระบบในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการจัดการสถานที่สำหรับการจัดงานไมซ์ เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานและเอื้อให้ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนเองได้ดียิ่งขึ้น ทั้งเรื่องระบบความคิดในการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการ และการลงทุน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจไมซ์เป็นไปตามมาตรฐานสากล จึงเป็นที่มาของการจัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย หรือ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) โดยมีทีเส็บเป็นผู้ริเริ่มความคิดและพัฒนาแผนการดำเนินงานเป็นครั้งแรกในประเทศไทยและเป็นประเทศแรกในอาเซียน

ข้อดีที่จะได้รับจากการใช้มาตรฐานการจัดการงานประเทศไทยนั้น มีหลายประการ สิ่งแรกคือการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการรายย่อยทั่วประเทศมีโอกาสพัฒนาและยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการและสถานที่จัดงาน ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการขยายพื้นที่การจัดงานไมซ์ที่ได้มาตรฐานออกไปยังภูมิภาคต่างๆ ซึ่งจะเป็นการกระจายลูกค้าในธุรกิจไมซ์ออกสู่พื้นที่ต่างจังหวัดและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน TMVS จะปรากฏชื่ออยู่ใน 'Approved List' ซึ่งจะได้รับบริการประชาสัมพันธ์ไปทั่วโลกในฐานะสถานที่จัดงานไมซ์ที่ได้มาตรฐานสากล โดยทีเส็บจะทำหน้าที่จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขอรับมาตรฐานและแสดงให้เห็นถึงผลดีของการได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการงานไมซ์ และจากการที่ได้ร่วมพูดคุยโดยตรงกับผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ต่างให้การตอบรับเป็นอย่างดี และเล็งเห็นว่ามาตรฐาน TMVS จะเป็นเครื่องมือที่การันตีศักยภาพของสถานที่จัดงานไมซ์ของไทยที่ได้มาตรฐานระดับนานาชาติ

นอกจากนี้ ทีเส็บถือว่าเป็นโอกาสอันดียิ่งที่มีโอกาสได้นำแนวความคิดของมาตรฐาน TMVS ไปเสนอต่อที่ประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านการท่องเที่ยวแห่งอาเซียน ASEAN National Tourism Organizations' Meeting (NTOs) ในการประชุม ASEAN Tourism Forum 2014 (ATF 2014) ณ เมืองคูซิง รัฐซาราวัก ประเทศมาเลเซีย ระหว่างวันที่ 15-18 มกราคม 2557 ที่ผ่านมา โดยนำเสนอให้ผนวกแผนพัฒนาธุรกิจไมซ์เข้ากับกรอบความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับอาเซียน และนำมาตรฐาน TMVS ไปพัฒนาต่อยอดเป็น ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) เพื่อยกระดับมาตรฐานและเพิ่มขีดความสามารถอุตสาหกรรมไมซ์ของอาเซียนในตลาดโลก ซึ่งได้รับการตอบรับและความเห็นชอบจากประเทศสมาชิกเป็นอย่างดี โดยมี

ความเห็นตรงกันว่าอุตสาหกรรมไมซ์จะเป็นพื้นที่ทางธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพสูง และสามารถขยายผลกำไรจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อีกมาก

จาก Thailand MICE Venue Standard สู่ ASEAN MICE Venue Standard

มาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ประเทศไทย (TMVS) ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม นักวิชาการ ตัวแทนจากสมาคมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งลูกค้า และได้ทำการศึกษา วิจัย วิเคราะห์ หลักการและแนวทางของมาตรฐานสากลจากสถาบันที่น่าเชื่อถือในอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลก เช่น International Association of Convention Center (IACC), Convention Industry Council (CIC), The International Association Professional Congress Organisers (IAPCO) เป็นต้น

นอกจากนี้ มาตรฐาน TMVS ยังนำมาตรฐานคุณภาพ ISO มาประยุกต์ใช้ในการประเมินคุณภาพใน 4 ด้านหลักด้วยกัน ได้แก่ มาตรฐานความปลอดภัย มาตรฐานระบบรักษาความปลอดภัย มาตรฐานการจัดการและบริหารงานธุรกิจ การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และมาตรฐานการจัดการพลังงาน ตลอดจนมีพระราชบัญญัติเกี่ยวกับสิ่งก่อสร้างและสิ่งแวดล้อมของไทย มาใช้ร่วมด้วย มาตรฐาน TMVS จึงถือเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพมาตรฐานที่มีข้อบ่งชี้และวิธีการชัดเจนตามหลักการและมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก

สำหรับสถานที่จัดงานไมซ์ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. ศูนย์ประชุม 2. ห้องประชุมในโรงแรม หรือรีสอร์ท และ 3. ห้องประชุมทั่วไปในองค์กรของภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์ที่จะเข้าร่วมโครงการจะต้องได้รับการประเมินมาตรฐานตามมาตรฐานที่กำหนดใน 3 ด้าน คือ 1. ด้านกายภาพ เช่น ความสวยงามและความพร้อมของห้องประชุม และสถานที่โดยรอบ พื้นที่การจัดนิทรรศการ ฯลฯ 2. ด้านเทคโนโลยี เช่น ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต โสตทัศนอุปกรณ์ สื่อมัล

ภาษา ฯลฯ และ 3. ด้านบริการ เช่น คุณภาพการให้บริการของพนักงาน บุคลากรพนักงานบริการอาหารและเครื่องดื่ม ฯลฯ โดยผู้ประกอบการทั่วไปสามารถยื่นแสดงความสนใจเพื่อรับคู่มือและดำเนินการทำรายการงานประเมินตนเองและส่งให้ทีเส็บพิจารณา ผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะได้รับตราสัญลักษณ์เพื่อรับรองว่ามีศักยภาพและมาตรฐานคุณภาพในการจัดงาน และจะได้รับการประชาสัมพันธ์ไปทั่วโลก

ทั้งนี้ เนื้อหาและกฎเกณฑ์ต่างๆ ของมาตรฐาน TMVS ได้รับมติเห็นชอบจากการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านการท่องเที่ยวแห่งอาเซียน ให้พัฒนาต่อยอดเป็นมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์อาเซียน ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) เพื่อเป็นมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ระดับอาเซียน ซึ่งจะส่งผลให้สามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์อาเซียนในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ผู้ประกอบการไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน TMVS แล้วก็จะได้ชื่อว่าได้รับการรับรองมาตรฐาน AMVS โดยอัตโนมัติ ทั้งนี้ ที่ประชุมคาดว่าจะสามารถประกาศใช้มาตรฐาน AMVS ได้ในปี พ.ศ. 2558



Thailand leads ASEAN MICE Venue Standard

The primary mission of TCEB is to push forward the development of the MICE industry with the aim of creating continuity and sustainability. As the MICE industry is growing rapidly, it is becoming increasingly focused on by business sectors at both domestic and regional levels. As such, TCEB recognises that there should be a standard tool to systematically measure the quality of venues for hosting MICE events in Thailand in order to raise standards and provide opportunities for entrepreneurs to develop their potential in terms of systematic thinking in business, management and investment, so as to ensure that operators can run MICE businesses in accordance with international standards. To this end, TCEB has developed a Thailand MICE Venue Standard (TMVS) for the first time in Thailand and the ASEAN region.

There are many advantages to the adoption of TMVS. TMVS can inspire and motivate entrepreneurs and small businesses across the country and give them opportunities to develop and enhance the quality of services and venues. Such tools can also expand high standard MICE events to different regions. This, in turn, can expand MICE customers into different provinces and create income distribution channels among locals.

Entrepreneurs certified by TMVS will appear on the 'Approved List' and will be publicised worldwide as good venues that meet international standards. TCEB will arrange seminars explaining TMVS and demonstrating its benefits. After direct discussions with operators, the majority responded that the tool is very effective. They said that they now understand that TMVS is a tool which guarantees that Thailand's MICE venues have real potential and are on par with international standards.

It was also considered a great opportunity for TCEB to present the concept of TMVS to the ASEAN National Tourism Organizations (NTOs) at its meeting held as part of the ASEAN Tourism Forum 2014 (ATF 2014), in Kuching, Sarawak, Malaysia, during 15-18 January 2014. At the meeting, TCEB proposed integrating the MICE business development plan and the ASEAN Tourism Industrial cooperative framework. TCEB's proposal suggested that TMVS should be further developed to become the ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) in a bid to raise standards and empower ASEAN's MICE industry in the global market. The proposal was approved by the member countries with a consensus that MICE is now an industry with high potential for new business and which can enhance the profits of the tourism industry.

From Thailand MICE Venue Standard to ASEAN MICE Venue Standard

The Thailand MICE Venue Standard (TMVS) has been developed with emphasis on the participation of all parties involved, ranging industry experts, academics, representatives of related associations and customers. TCEB has studied the principles and guidelines of credible institutions in the MICE industry around the world, including International Association of Convention Center (IACC), Convention Industry Council (CIC), The International Association Professional Congress Organisers (IAPCO) among others.

Furthermore, TMVS applies ISO quality standards of quality assessment in four main areas, including food safety standards, security system standards, business

management & administration of sustainable events, and energy management standards, as well as construction and environment laws in Thailand. As such, TMVS is considered a tool to assess quality standards that have clear indicators and methods in accordance with principles and standards that are accepted worldwide.

MICE venues are divided into three categories: 1. Convention centres; 2. Meeting rooms in hotels or resorts; 3. General meeting rooms of government and private organisations.

Entrepreneurs who wish to participate in the project must be assessed against standard gauges in three areas. 1. **Physical:** Conference facilities and surrounding landscape must be attractive and orderly. 2. **Technology:** Adequate water systems, lighting in conference rooms, Internet-WiFi, audio-visual systems and built-in interpreter facilities. 3. **Services:** quality and personality of staff and foods and beverage services. Business operators can request guidelines and a manual on how to conduct a self-assessment and report its findings to TCEB for consideration. Operators who meet the requirements will be allowed to show a symbol that confirms to the world that they have the quality to organise events.

At a meeting of senior ASEAN tourism figures, the TMVS rules and contents were approved for further development into an ASEAN MICE Venue Standard (AMVS). The AMVS can activate more target groups and increase the international competitiveness of the ASEAN MICE industry. Thai operators who received TMVS will also automatically get AMVS. The meeting is expected to declare AMVS for official use in 2015.



THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU

Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)
Siam Tower, 12B and 26 Floor, 989 Rama 1 Road,
Pathumwan, Bangkok 10330
Tel: +66 (0) 2694 6000 Fax: +66 (0) 2658 1411
TCEB Call Center 1105
www.tceb.or.th
www.facebook.com/tceb.or.th