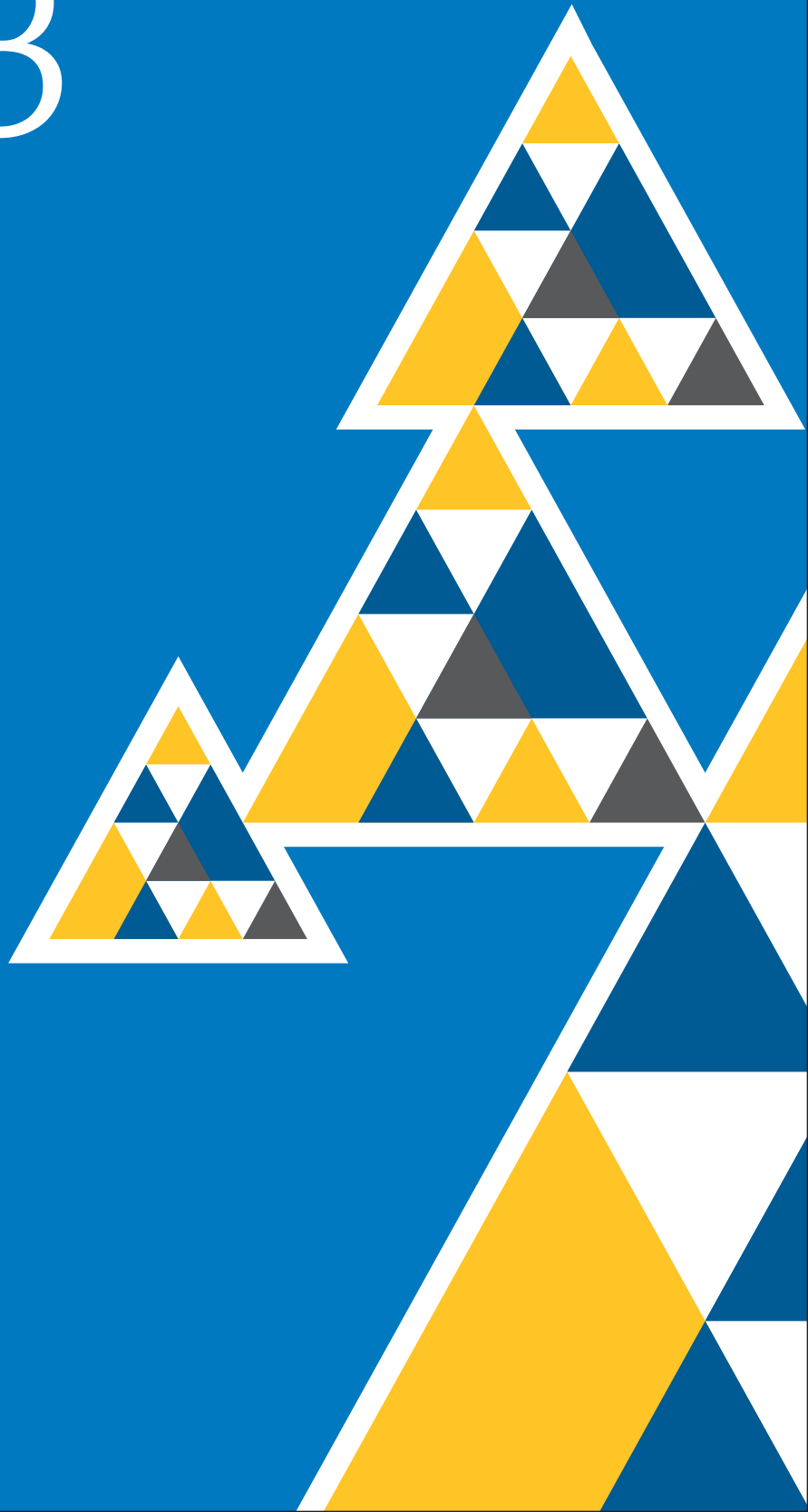


ANNUAL REPORT 2013



THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU



History of TCEB

THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU (PUBLIC ORGANIZATION)

Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB is an official organization established by the Royal Decree following the decree's publication in the Royal Gazette on September 28, 2002. TCEB has been operating since the year 2004. TCEB has objectives in promoting and coordinating corporate meetings, incentive events, conventions and exhibitions which are collectively referred to as the acronym 'MICE' standing for Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions in Thailand. The Bureau's establishment reflects Thailand's growing stature as a destination of choice for international meetings, conventions and exhibitions.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาตามประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2545 และได้เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 สสปน. มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมและประสานงานการจัดประชุมสัมมนา กิจกรรมท่องเที่ยวระดับองค์กร รวมถึงการจัดแสดงสินค้าระดับประเทศและระดับนานาชาติ หรือเรียกโดยรวมว่า 'ไมซ์' ในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกและพัฒนามาตรฐานการจัดงานให้สอดคล้องกับบทบาทของประเทศไทยที่มีความสำคัญมากขึ้นในฐานะที่เป็นสถานที่จัดการประชุมและการจัดแสดงสินค้าระดับนานาชาติ

TCEB's Growth Driver

According to the principles and justifications published in the Royal Decree of the establishment of Thailand Convention & Exhibition Bureau Year 2002, TCEB is to be the flagship organization in charge of promoting, developing as well as regulating, coordinating and facilitating tourism-related meetings or incentive events as well as exhibitions and conventions as an impetus to present Thai arts and cultures into the events to promote the country's national treasures. Also, the bureau is to provide knowledge exchanges and services for those in MICE businesses. With the aforementioned visions, the Royal Thai Government established Thailand Convention & Exhibition Bureau as an official public organisation following the public organisation laws to execute those objectives with effective integrity of professions and reflecting the Thai cultural identity.

ตามหลักการและเหตุผลในการตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ พ.ศ. 2545 เพื่อให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริม พัฒนา กำกับดูแล ประสานและอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และสนับสนุนให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศในการจัดการประชุมและการจัดแสดงสินค้า เพื่อให้เกิดภาพความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศรวมทั้งให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่บุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย ดังนั้น เพื่อให้หน่วยงานนี้มีการบริหารจัดการที่มีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพและมีภาพลักษณ์ของความเป็นไทย จึงสมควรจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการขึ้นเป็นองค์การมหาชนตามกฎหมายว่าด้วยองค์การมหาชน

Content

	page
Message from the Chairman	001 - 004
Message from the President	005 - 010
Vision and Mission	011 - 018
TCEB Organization Chart	019 - 020
Board of Committee	021 - 040
Management Team	041 - 058
Special Feature – A Journey Of Mice, A Path To Sustainability	059 - 104
MICE Industry Overview 2013	105 - 124
TCEB Achievements 2013	125 - 188
World Economy and MICE Industry Trends 2013	189 - 208
TCEB Strategies Plan 2014	209 - 234
Financial Statements 2013	235 - 298



Ms. Pensuda Priaram
Chairman of The Board

นางสาวเพ็ญสุดา ไพอร่าม
ประธานกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

Message from Chairman

In 2013, the global economy showed positive signs of recovery, especially in the United States of America and the People's Republic of China, as well as other key markets in Asia. However, Europe has not bounced back as rapidly as other regions due in part to strict financial policies, and the impact of monetary measures implemented by member countries.

Thailand's MICE industry, strongly contributing to the country's economy both in terms of international visitors and revenue, grew more than 10 per cent. Top source markets for MICE visitors included Asia, Europe, and the Americas, in line with the global economy. The conventions industry posted top market share followed by meetings, incentive travel, and exhibitions.

The vibrancy of the country's bustling MICE industry stemmed from Thailand Convention and Exhibition Bureau's successful implementation of key strategies under the five-year MICE Development Roadmap (2012-2016), along with strategic partnerships with key industry stakeholders. Alongside this, Thailand won bids for regional and global flagship MICE events including Jeunesse Expo Thailand, Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2013, The 65th World Newspaper Congress, The 20th World Editors Forum and the 23rd World Newspaper Advertising Forum, Asia Pacific

สารจากประธานกรรมการ สสปน.

ด้วยภาพรวมเศรษฐกิจโลกในปี 2556 ได้ส่งสัญญาณการฟื้นตัวที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน ตลอดจนประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย ส่วนภูมิภาคยุโรป ยังมีแนวโน้มฟื้นตัวช้ากว่าภูมิภาคอื่นๆ เนื่องจากการดำเนินนโยบายการคลังแบบเข้มงวดของประเทศสมาชิกและผลกระทบจากการดำเนินมาตรการขยายปริมาณเงินของประเทศต่างๆ

โดยในส่วนของอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ มีการเติบโตทั้งในด้านจำนวนคนและรายได้ โดยเฉพาะสูงกว่าร้อยละ 10 ทั้งสองด้าน จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สูงสุดมาจาก ภูมิภาคเอเชีย ยุโรป และอเมริกา ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของภาวะเศรษฐกิจโลก โดยธุรกิจการประชุมมีสัดส่วนของจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์มากที่สุด สำหรับการประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้านานาชาติ มีจำนวนผู้เดินทางเป็นลำดับต่อมา

ความสำเร็จจากการดำเนินงานของ สสปน.ในปี 2556 เกิดจากการดำเนินงานตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาคีของอุตสาหกรรมจึงทำให้ประเทศไทยสามารถชนะการประมูลสิทธิ์และได้สิทธิเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกหลายรายการ อาทิ งาน ประชุมประจำปีระดับโลก Jeunesse Expo Thailand / งาน Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2013 / งาน The 65th World Newspaper Congress, the 20th World Editors Forum and the 23rd World Newspaper Advertising Forum /

Digestive Week (APDW), World Stamp 2013, and Metalex 2013. TCEB also continued its strong support for the hosting of 31 conventions in Thailand.

TCEB is confident that the promotions and initiations under the MICE Development Roadmap will help to reinforce Thailand's leadership position as a premiere MICE destination in Asia, welcoming international MICE visitors while generating sustainable income to our economy. I believe that the expansion of MICE businesses will come together with the development of extensive infrastructure, transportation systems, and industry professionals to accommodate increased competition in the industry.

The success we have achieved in promoting and driving the prosperity of the MICE industry would not be possible without collaboration from the public and private sector, MICE entrepreneurs, educational institutes, and members of the press. The integrated strategic alliances we all enjoy today will help to propel Thailand as a premiere MICE destination in the world tomorrow.



Ms. Pensuda Priaram
Chairman of The Board
Thailand Convention & Exhibition Bureau
(Public Organization)

งาน Asia Pacific Digestive Week (APDW) / World Stamp 2013 / Metalex 2013 นอกจากนี้ สสปน. ยังสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงานในประเทศไทย โดยยื่นประมูลสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัด งานประชุมอีกรวม 31 งาน

สสปน. มั่นใจเป็นอย่างยิ่งว่าจากการดำเนินงานตามแผนแม่บทดังกล่าว เป็นส่วนสำคัญยิ่งในการสร้างประเทศไทยสู่การเป็นเมืองปลายทางสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งเรื่องการประชุมและการแสดงสินค้าระดับภูมิภาคและระดับโลก สร้างรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศ ดิฉันยังมีความเชื่อมั่นว่า เมื่อธุรกิจมีอัตราการขยายตัว การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนบุคลากรในประเทศจะเติบโตคู่ขนานไปเพื่อรองรับการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต

สุดท้ายนี้ ความสำเร็จของ สสปน.และธุรกิจไมซ์ในวันนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ หากขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการไมซ์ สถาบันการศึกษา และสื่อมวลชนทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจ ผนึกกำลัง และบูรณาการความคิดเพื่อสร้างประเทศไทยสู่จุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าความร่วมมือทั้งดงามจากทุกภาคส่วนจะช่วยผลักดันธุรกิจของประเทศไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนตลอดไป



นางสาวเพ็ญสุดา ไพรอร่าม
ประธานกรรมการ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)



Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President
Thailand Convention & Exhibition Bureau

นพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

Message from the President

In the 2013 fiscal year, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB continued to promote the prosperity of Thailand's MICE sector. In line with the country's MICE Development Roadmap (2012-2016), TCEB focused on driving industry growth through three key strategic approaches, including the Win, Promote, and Develop strategies.

Propelled by strategic collaboration between TCEB, private and public sector organisations, as well as well-respected industry partners, significant growth of Thailand's MICE sector during the 2013 fiscal year saw us welcome 1,013,502 overseas MICE visitors, representing 13.21 per cent growth from 2012, generating THB 88,485 million in MICE revenue. These achievements saw TCEB exceed its annual targets for both visitor numbers and industry earnings. Asia was our largest source of MICE visitors, representing 75.25 per cent of all visitors, followed by Europe, with 10.06 per cent, and the Americas, with 4.72 per cent. The top five countries were China, India, Malaysia, Japan and Singapore respectively.

สารจากผู้อำนวยการ

การดำเนินงานของ สสพ. ในปีงบประมาณ พ.ศ.2556 ดำเนินการตามแผนแม่บทอุตสาหกรรม การจัดประชุมและแสดงสินค้า ระยะ 5 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2555-2559 อันเป็นพื้นฐานและกรอบการทำงานในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ภายใต้ 3 กลยุทธ์หลักของ สสพ. ประกอบด้วย กลยุทธ์การดึงดูดงานเข้า (WIN) กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) และกลยุทธ์การพัฒนา (DEVELOP)

การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจไมซ์ เกิดจากความร่วมมือ ระหว่าง สสพ. กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน ตลอดจนพันธมิตรธุรกิจทุกภาคส่วน ส่งผลให้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ประเทศไทยมีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศเป็นจำนวน 1,013,502 คน เติบโตจากปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 13.21 ด้านรายได้เติบโตร้อยละ 10.93 คิดเป็นมูลค่ารายได้ 88,485 ล้านบาท เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ทั้งด้านจำนวนคนและรายได้ สำหรับภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สูงสุด คือ เอเชีย คิดเป็นร้อยละ 75.25 ตามมาด้วย ยุโรป ร้อยละ 10.06 อเมริกา ร้อยละ 4.72 ด้านประเทศที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สูงสุด 5 อันดับแรก ประกอบด้วย ประเทศจีน อินเดีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสิงคโปร์

In order to drive growth and development of Thailand's MICE businesses, TCEB also reconfigured and rebranded our organisation, based on five strategic roles as a Driver of Growth, which include Strategic Business Partner, Creative Leadership (Thought Leader), Solution Provider, Business Connector, and MICE Capabilities Developer. In addition, TCEB's new organisational identity has seen our original logo modified to represent three key organisational pillars – growth, creativity and commitment to success. The new colour scheme uses yellow to convey the power of growth, prosperity and the power of the intellect, while blue represents unlimited inspiration, creativity and innovation.

In winning bids to host MICE events in Thailand in 2013, TCEB successfully supported 349 meetings and incentive travel groups, and 96 conventions, while placing bids for 31 conventions and 36 international exhibitions.

In promoting the domestic MICE market, TCEB also focused on driving domestic exhibitions (D-Exhibition) by supporting trade business matching sessions, cloning of successful domestic exhibitions to other parts of the country, and upgrading high potential exhibitions to meet growing demand. In addition, TCEB officially announced Thailand's fifth MICE City, Khon Kaen, along with ongoing development of the country's other MICE Cities.

ปีนี้ นับเป็นปีที่มีความสำคัญยิ่ง เนื่องด้วย สสปน. ได้ปรับบทบาทขององค์กรภายใต้กระบวนทัศน์การทำงานตามแนวทาง Growth Driver เน้นบทบาทของผู้ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไม่ซ์ด้วยการทำงานเชิงรุก 5 มิติ ประกอบด้วย การเป็นเพื่อนคู่คิดเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจการเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์งาน การเป็นผู้ให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหา การเป็นผู้เชื่อมต่อเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ และการเป็นผู้สร้างมาตรฐานเพื่อธุรกิจไม่ซ์ พร้อมกันนี้ยังได้เปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ (Logo) โฉมใหม่ขององค์กรโดยต่อยอดจากอัตลักษณ์เดิม แต่มุ่งเน้นการออกแบบบนพื้นฐานของโครงสร้างรูปทรงสามเหลี่ยมที่สื่อความหมายถึงการเจริญเติบโต และการมุ่งสร้างสรรค์สู่ความสำเร็จ พร้อมกับเปลี่ยนการใช้โทนสีคู่ใหม่ โดยสีเหลืองจะสื่อความหมายถึงพลังแห่งความเจริญเติบโต ความรุ่งเรือง ในขณะที่สีน้ำเงินจะสื่อความหมายถึงแรงบันดาลใจที่ไม่มีวันหมด และความเป็นผู้ผู้นำในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่

สำหรับด้านการประมุขสิทธิ์และจัดงาน ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 สสปน. สามารถสนับสนุนงานกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรวม จำนวน 349 งาน สนับสนุนงานประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำนวน 96 งาน รวมทั้งยื่นประมุขสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมนานาชาติรวมจำนวน 31 งาน ด้านธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ สามารถดึงดูดผู้ร่วมงานจากต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยได้ จำนวน 36 งาน

ในส่วนของธุรกิจดีไม่ซ์นั้นได้มีการส่งเสริมธุรกิจแสดงสินค้าภายในประเทศหรือ D-Exhibition อย่างเป็นรูปธรรมโดยส่งเสริมการทำ Trade Business Matching การกระจายงานแสดงสินค้าสำคัญสู่ภูมิภาค (Clone) การยกระดับงานแสดงสินค้า (Upgrade) ควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองไม่ซ์ซิตี้ โดย สสปน.ได้ประกาศให้จังหวัดขอนแก่นเป็นไม่ซ์ซิตี้ลำดับที่ 5 ของประเทศไทยในปี

In terms of MICE Capacities Development, TCEB initiated the MICE Venue Standard programme as a systematic tool to measure the quality of venues for MICE events in Thailand in order to raise standards and provide opportunities for entrepreneurs to develop their potential and readiness for the upcoming ASEAN Economic Community (AEC).

In anticipation of challenges as we approach the AEC in 2015, TCEB developed an ambitious 2014 strategic plan, which is synthesized with the ‘Thailand New Growth Model’ under the National Economic and Social Development Plan. The plan targets key high-quality markets, while boosting the ‘Thailand Brand’ as Asia’s premiere MICE destination.

In conclusion, I would like to sincerely thank all of our strategic partners from the public and private sectors, as well as TCEB’s board of directors and valued employees for their dedication to drive the vibrancy of Thailand’s MICE industry and its unique leadership position. I strongly believe that with full implementation of the AEC, Thailand will become a centre of excellence for MICE and will rise to meet any competition presented by other regions.



Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President
Thailand Convention and Exhibition Bureau
(Public Organization)

สำหรับงานด้านพัฒนานั้นปีนี้ สสปน. ได้ริเริ่มโครงการจัดทำมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทย (MICE Venue Standard) ขึ้น เพื่อพัฒนามาตรฐานห้องประชุมของประเทศไทยตามหลักวิชาการ ให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ ทั้งยังเป็นการสร้างมาตรฐานที่สำคัญของประเทศด้านการ จัดประชุม สัมมนา เพื่อให้ผู้ประกอบการได้นำมาตรฐานที่จัดทำไปใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้ง ประเทศ และเป็นการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเมื่อมีการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับปี 2557 เป็นปีที่มีความท้าทายยิ่งสำหรับ สสปน. รวมทั้งอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพราะ เป็นเวลาอีกเพียง 1 ปีที่เราจะก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดย สสปน. ได้วางแผนกลยุทธ์ ตลาดตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เจาะกลุ่มคุณภาพ เร่งสร้างแบรนด์ประเทศไทยมุ่งสู่ การเป็นจุดหมายปลายทางการจัดประชุมระดับคุณภาพของเอเชีย ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาแผนงาน ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ปี 2557 ของทีเส็บ จะดำเนินการตามวิสัยทัศน์ปี 2557 คือ ‘การยก ระดับไมซ์ไทยสู่ตลาดคุณภาพ’ โดยบูรณาการเข้ากับยุทธศาสตร์ของประเทศตามนโยบายรัฐบาล หรือ Thailand’s New Growth Model มาเป็นรากฐานของการพัฒนา แผนแม่บทประจำปี

ท้ายสุดนี้ ผมขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน คณะกรรมการ ตลอดจน เจ้าหน้าที่ของ สสปน. ทุกท่าน ที่ได้ร่วมสนับสนุน ท่วมเท ให้ข้อคิดเห็น แนวทางการดำเนินงาน เพื่อผลักดันประเทศไทยให้เป็นเมืองไมซ์ระดับภูมิภาคด้วยดีเสมอมา และหวังเป็นอย่างยิ่งครับ ว่าเมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประเทศไทยจะกลายเป็นจุดศูนย์กลางด้านไมซ์ที่ หน้าจับตาและสามารถแข่งขันได้กับกระแสการแข่งขันของธุรกิจไมซ์ในภูมิภาคอื่นๆ



นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU (PUBLIC ORGANIZATION)

สำนักงานส่งเสริม การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB is an official organization established by the Royal Decree following the decree's publication in the Royal Gazette on September 28, 2002. TCEB has been operating since the year 2004. TCEB has objectives in promoting and coordinating corporate meetings, incentive events, conventions and exhibitions which are collectively referred to as the acronym 'MICE' standing for Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions in Thailand. The Bureau's establishment reflects Thailand's growing stature as a destination of choice for international meetings, conventions and exhibitions.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาตามประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2545 และได้เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 สสปน. มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมและประสานงานการจัดประชุมสัมมนา กิจกรรมท่องเที่ยวระดับองค์กร รวมถึงการจัดแสดงสินค้าระดับประเทศและระดับนานาชาติ หรือเรียกโดยรวมว่า "ไมซ์" ในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกและพัฒนามาตรฐานการจัดงานให้สอดคล้องกับบทบาทของประเทศไทยที่มีความสำคัญมากขึ้นในฐานะที่เป็นสถานที่จัดการประชุมและการจัดแสดงสินค้านานาชาติ



BACKGROUND

According to the principles and justifications published in the Royal Decree of the establishment of Thailand Convention & Exhibition Bureau Year 2002, TCEB is to be the flagship organization in charge of promoting, developing as well as regulating, coordinating and facilitating tourism-related meetings or incentive events as well as exhibitions and conventions as an impetus to present Thai arts and cultures into the events to promote the country's national treasures. Also, the bureau is to provide knowledge exchanges and services for those in MICE businesses. With the aforementioned visions, the Royal Thai Government established Thailand Convention & Exhibition Bureau as an official public organisation following the public organisation laws to execute those objectives with effective integrity of professions and reflecting the Thai cultural identity.

ความเป็นมา

ตามหลักการและเหตุผลในการตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ พ.ศ. 2545 เพื่อให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริม พัฒนา กำกับดูแล ประสานและอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และ สนับสนุนให้มีการนำเสนอศิลปและวัฒนธรรมของ ประเทศในการจัดการประชุมและการจัดแสดงสินค้า เพื่อให้เกิดภาพความเป็นเอกลักษณ์ของ ประเทศรวมทั้งให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่บุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย ดังนั้นเพื่อให้หน่วยงานนี้มีการบริหารจัดการที่มีความคล่องตัวมีประสิทธิภาพและมีภาพลักษณ์ของความเป็นไทย จึงสมควร จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการขึ้นเป็นองค์การมหาชนตามกฎหมายว่าด้วยองค์การมหาชน

**VISION**

Thailand to become a globally recognized and preferred MICE destination in Asia

MISSION

To enhance economic impact of Thailand's MICE industry to the Thai economy

To create long-term competitiveness and sustainable fundamental for Thailand's MICE industry to be able to compete efficiently and effectively in an international arena

วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย

พันธกิจ

เพื่อเพิ่มรายได้เข้าประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์

เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก

STRATEGIES

WIN

- To transform TCEB into a pro-active acquisition body – win more businesses for Thailand
- To support the private sector in winning bids and bringing in more events

PROMOTE

- To market Thailand as a hub of MICE industry in Asia
- To promote domestic MICE

DEVELOP

- To strengthen THAI TEAM collaboration
- To strengthen the Thai MICE's competitiveness through personnel capacity building, development of database, standard development and betterment of rules/regulations

OBJECTIVES

- To promote organization of MICE events in Thailand
- To support or arrange for the featuring of Thai arts and culture in MICE events in order to help conserve the national cultural treasures
- To provide data services and train governmental personnel or general public in order to enhance their expertise and professional skills as comparable to international standards of tourism industry
- To serve as MICE resource center in Thailand
- To provide knowledge and build understanding about environmental and natural resources conservation among MICE and tourism industry operator



กลยุทธ์

การดึงดูดงานเข้าประเทศ

- ดำเนินการเชิงรุก โดยมุ่งเน้นที่การประมูลสิทธิ์และการดึงดูดงานเข้าประเทศ
- สนับสนุนภาคเอกชนเพื่อให้ชนะการประมูลสิทธิ์และดึงดูดงานได้เพิ่มขึ้น

การประชาสัมพันธ์

- เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย
- ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ

การพัฒนา

- ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (THAI TEAM) ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะด้านการพัฒนาบุคลากร ระบบฐานข้อมูล กำหนดมาตรฐาน และการปรับปรุงกฎระเบียบ/ข้อปฏิบัติ

วัตถุประสงค์

- ส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- สนับสนุน หรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทยอันเป็นการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไทย
- ให้การบริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญ และทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจไมซ์และการท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

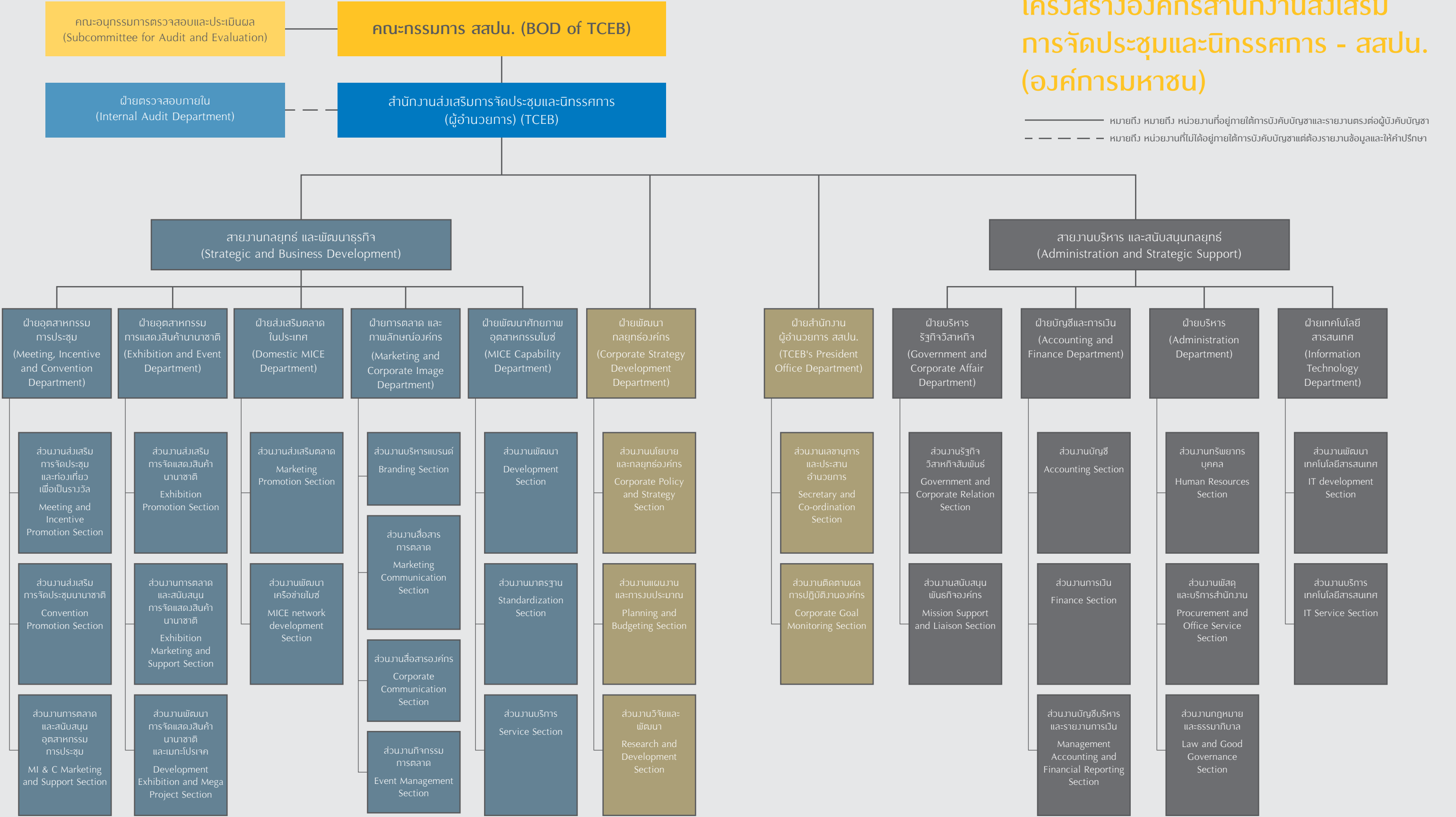


ROLES

- To establish policies and measures for promoting MICE industry in Thailand
- To promote and publicize MICE businesses in Thailand
- To be the representative of Thailand in submitting the national proposals to host international events
- To serve as an information center and provide data services, including consultations and advices concerning MICE in Thailand
- To support or arrange personnel training seminar and capacity building in MICE businesses in Thailand
- To establish standards and certify the qualifications of MICE industry operators in Thailand
- To serve as a coordination and facilitation center for MICE industry operators in Thailand
- To develop projects relevant to and required for MICE in Thailand under the government sponsorship
- To support agencies/organizations in organizing meetings, travel incentives, conventions and exhibitions in Thailand
- To execute other required missions or missions requiring continuity in order to achieve the bureau's objectives

อำนาจหน้าที่

- กำหนดนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพการจัดงานระหว่างประเทศ
- เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ด้านการส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบอุตสาหกรรมการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย ภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาล
- ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่างๆ ในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน



โครงสร้างองค์กรสำนักงานส่งเสริม การจัดประชุมและนิทรรศการ - สสปน. (องค์การมหาชน)

————— หมายถึง หมายถึง หน่วยงานที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาและรายงานตรงต่อผู้บังคับบัญชา
- - - - - หมายถึง หน่วยงานที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาแต่ต้องรายงานข้อมูลและให้คำปรึกษา

บทสรุป: โครงสร้างเดิมมีหน่วยงานรวม 1 สายงาน 10 ฝ่าย 29 ส่วนงานและ 3 กลุ่มงาน
ภายหลังปรับปรุงโครงสร้างใหม่มีหน่วยงานรวม 2 สายงาน 11 ฝ่าย 30 ส่วนงาน (ไม่นับรวมฝ่ายตรวจสอบภายใน)

BOARD OF COMMITTEE





Ms. Pensuda Priaram
Chairman of The Board

นางสาวเพ็ญสุดา ไพรร่วม
ประธานกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

Date of Birth:

9 September 1951

Education:

- Master of Arts in Social Development
- M.A. (Social Development)
- National Institute of Development Administration (NIDA)
- Bachelor of Science in Accounting

Special Appointment:

- Chairman of the Board, Thailand Convention and Exhibition Bureau

Work Experience and Promotion at the Tourism Authority of Thailand (TAT):

- Acting Governor
- Deputy Governor for Tourism Products
- Deputy Governor for Administration
- Deputy Governor for Tourism Products and Acting
- Deputy Governor for Domestic Marketing
- Director of Budget and Accounting Department

Training's/Seminars:

- Director Certification Program (DCP 119) Thai Institute of Directors
- Certificate in Politics and Governance in the Democratic System for Executives,
- College of Politics and Governance, King Prajadhipok's Institute
- Executive Development Institute for Tourism (EDIT) University of Hawaii at Manoa, USA

Award Received:

- Outstanding Working Women's Award 2010 in the category of Outstanding State
- Enterprise Administrator from the Ministry of Labour on the International Women's Day, 8 th March, 2010

วัน-เดือน-ปี เกิด:

9 กันยายน 2494

การศึกษา:

- บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิตทางพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ตำแหน่งปัจจุบัน:

- ประธานกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

ประสบการณ์ทำงาน:

- การดำรงตำแหน่งในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2541 ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและงบประมาณ (นักบริหาร 9)
- พ.ศ. 2545 รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฝ่ายบริหาร (นักบริหาร 10)
- พ.ศ. 2549 รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านสินค้าการท่องเที่ยว (นักบริหาร 10) และปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ระหว่าง เดือนกันยายน พ.ศ. 2549 - เดือนมกราคม พ.ศ. 2550)
- พ.ศ. 2550 รองผู้อำนวยการด้านสินค้าการท่องเที่ยว (นักบริหาร 10) และรักษาการรองผู้อำนวยการด้านตลาดในประเทศ

พ.ศ. 2551 รองผู้อำนวยการด้านบริหาร (นักบริหาร 10)

พ.ศ. 2552 รองผู้อำนวยการด้านสินค้าการท่องเที่ยว (นักบริหาร 10) และรักษาการแทน ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ระหว่าง เดือนมีนาคม - เดือนธันวาคม พ.ศ. 2552)

พ.ศ. 2553 รองผู้อำนวยการด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว (นักบริหาร 10) ตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 - เดือนกันยายน

พ.ศ. 2554 6-24 มกราคม พ.ศ. 2553 รักษาการ รองผู้อำนวยการด้านสื่อสารการตลาด



Ms. Srirat Rastapana
Board of Director

นางศรีรัตน์ รัษฐปานะ
กรรมการ

Date of Birth:

12 January 1956

Education:

- Certificate, Public Director Certificate Program, Public Director Institute
- Certificate, Executive Creative Economy Program, Office of Knowledge Management and Development
- Certificate, Top Executive Program in Commerce and Trade (TEPCOT), University of the Thai Chamber of Commerce
- Certificate-Advanced Management Program: Transforming Proven Leaders into Global Executives; Harvard Business School, Harvard University
- Graduate Diploma, National Defence College (Class 48)
- Certificate, Executive Education Program: “The Practice of Trade Policy : Economics, Negotiations, and Rules”, John F. Kennedy School of Government, Harvard University
- Graduate Diploma on Public Law and Management, Pra-Pok-Klao Institute
- Master of Arts (Economics), University of California, Santa Barbara, U.S.A.

- Bachelor Degree in Economics, Thammasat University, Bangkok, Thailand

Current Position:

- Director General of Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce for Tourism Products

Work Experience:

- Director General of Department of Trade Negotiation, Ministry of Commerce
- Director General of Department of Export Promotion, Ministry of Commerce
- Deputy Permanent Secretary Office of the Permanent Secretary, Ministry of Commerce
- Associated Judge of the Central Intellectual Property and International Trade Court
- Deputy Secretary-General to the Cabinet The Secretariat of the Cabinet Office of the Prime Minister
- Advisor to the Prime Minister on International Trade
- Head of the Office of the Thai Trade Representatives, The Secretariat of the Prime Minister, The Prime Minister’s Office
- Deputy Director-General Department of Trade Negotiations, Ministry of Commerce

วัน-เดือน-ปี เกิด:

12 มกราคม 2499

การศึกษา:

- เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Master of Arts (Economics) , University of California, Santa Barbara , USA
- วปอ.48, ปรม. 2, Advanced Management Program (Harvard University), Executive Education Program (Harvard University)

ตำแหน่งปัจจุบัน:

- กรรมการ สสปน. (อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ประสบการณ์ทำงาน:

- พ.ศ. 2555 อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- พ.ศ. 2553 อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
- พ.ศ. 2552 อธิบดีกรมส่งเสริมการส่งออก
- พ.ศ. 2551 รองปลัดกระทรวง กระทรวงพาณิชย์
- พ.ศ. 2548 รองเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
สำนักนายกรัฐมนตรี

พ.ศ. 2546 ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี (ด้านการค้าระหว่างประเทศ) หัวหน้าสำนักงานผู้แทนการค้าไทย สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี

พ.ศ. 2544 รองอธิบดี กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
พ.ศ. 2541 อัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์) คณะผู้แทนถาวรไทย ประจำองค์การการค้าโลก ณ นครเจนีวา (ปฏิบัติหน้าที่ ณ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์)

พ.ศ. 2538 อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์) หัวหน้าสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโกสหพันธรัฐรัสเซีย

พ.ศ. 2532 อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์) สำนักงานคณะผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลก ณ นครเจนีวา



Mr. Manasvi Srisodapol
Board of Director

นายมนัสวี ศรีโสดาพล
กรรมการ

Date of Birth:

22 December 1961

Education:

- B.A. (Economics), University of Ottawa, Canada
- M.A. (International Affairs), Columbia University, USA
- Certificate for South Asian Studies, Columbia University, USA

Current Position:

- Director-General, Department of Information

Work Experience:

- Ambassador, Permanent Representative of Thailand to ASEAN, Jakarta
- Deputy Director-General, Department of ASEAN Affairs
- Minister Counsellor, Department of Information
- Minister Counsellor, Department of International Economics

- Minister Counsellor, Permanent Mission of Thailand to the United Nations, New York
- Counsellor, Commerce and Industry Division, Department of ASEAN Affairs
- First Secretary, Secretariat to the Department, Department of ASEAN Affairs
- First Secretary, Permanent Mission of Thailand to the United Nations Office and other International Organizations in Geneva
- Second Secretary, Social Division, Department of International Organizations
- Second Secretary, Permanent Mission of Thailand to the United Nations Office and other International Organizations in Geneva
- Third Secretary, Americas Division, Department of Political Affairs
- Third Secretary, Social Division, Department of International Organizations
- Joined the Ministry of Foreign Affairs as Attaché, Americas Division, Department of Political Affairs

วัน-เดือน-ปี เกิด:

22 ธันวาคม 2504

การศึกษา:

- B.A. (Economics), University of Ottawa ประเทศแคนาดา
- M.A. (International Affairs), Columbia University ประเทศสหรัฐอเมริกา
- Certificate for South Asian Studies, Columbia University ประเทศสหรัฐอเมริกา

ตำแหน่งปัจจุบัน:

- กรรมการ สสปน. (อธิบดีกรมสารนิเทศ)

ประสบการณ์ทำงาน:

- พ.ศ. 2555 ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อธิบดีกรมสารนิเทศ
- พ.ศ. 2552 ดำรงตำแหน่ง เอกอัครราชทูตผู้แทนถาวรแห่งประเทศไทย (นักบริหารการทูตระดับสูง) คณะผู้แทนถาวรไทยประจำอาเซียน ณ กรุงจาการ์ตา
- พ.ศ. 2546 ดำรงตำแหน่งรองอธิบดี (นักบริหาร 9) กรมอาเซียน



Ms. Benja Louischaroen
Board of Director

นางเบญจา หลุยเจริญ
nssunars

Date of Birth:

21 April 1953

Education:

- Bachelor of Administration (Accounting), Thammasat University
- Bachelor of Laws, Thammasat University
- Master of Public Administration, Chulalongkorn University

Current Position:

- Director-General, Department of Thai Customs, Ministry of Finance

Work Experience:

- Director-General, Department of Thai Excise, Ministry of Finance
- Deputy Permanent Secretary, Ministry of Finance
- Inspector-General, Ministry of Finance

วัน-เดือน-ปี เกิด:

21 เมษายน 2496

การศึกษา:

- บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตำแหน่งปัจจุบัน:

- อธิบดีกรมศุลกากร

ประสบการณ์ทำงาน:

- พ.ศ. 2554 อธิบดีกรมสรรพสามิต
- พ.ศ. 2551 รองปลัดกระทรวงการคลัง
- พ.ศ. 2548 ผู้ตรวจราชการกระทรวงการคลัง
- พ.ศ. 2546 รองอธิบดีกรมสรรพากร



Mr. Suraphon Svetasreni
Board of Director

นายสุรพล เสวตเศรณี
กรรมการ

Date of Birth:

22 December 1953

Education:

- Bachelor of Arts (English), Chiang Mai University
- Master of Public and Private Management, National Institute of Development Administration
- National Defence College Class 48
- Capital Market Academy Class 10 Thai Institute of Directors

Current Position:

- Governor of the Tourism Authority of Thailand

Work Experience:

- Present Deputy Governor for Marketing Communication and Acting Deputy Governor for Policy and Planning
- Deputy Governor for Policy and Planning
- Deputy Governor for Marketing Communication

- Deputy Governor for Publicity and Public Relations
- Executive Director of the Tourism Resources Development Department
- Executive Director of the Marketing Services Department
- Director of the Public Relations Division
- Director of the Marketing Development Division
- Assistant Executive Director of the Technical Department
- Director of TAT New York Office
- Director of TAT Pattaya Office
- Technical Officer (Class 5-6), Research Section, Research and Statistics Division
- Marketing Officer (Class 4-6). Assistant Head of TAT Sydney Office
- Marketing Officer (Class 4), International Markets Development Section, Marketing Development Division
- Tourism Information Unit, Tourism Services Section

วัน-เดือน-ปี เกิด:

22 ธันวาคม 2496

การศึกษา:

- ศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- การจัดการภาครัฐและเอกชนมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ประกาศนียบัตรหลักสูตรป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.48) วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยาการตลาดทุน รุ่นที่ 10
- หลักสูตร Director Certification Program (DCP) รุ่นที่ 139 สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors)

ตำแหน่งปัจจุบัน:

- ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประสบการณ์ทำงาน:

1 ม.ค. 2553 – ปัจจุบัน

ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1 พ.ย. 2552 – 30 ธ.ค. 2552

รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด และรักษาการรองผู้ว่าการด้านนโยบาย และแผน (อีกตำแหน่งหนึ่ง)

1 มิ.ย. 2551 – 31 ต.ค. 2552

รองผู้ว่าการด้านนโยบายและแผน

2 ต.ค. 2549 – 31 พ.ค. 2551

รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาด

1 ก.ค. 2546 – 1 ต.ค. 2549

รองผู้ว่าการฝ่ายเผยแพร่และ

1 ต.ค. 2544 – 30 มิ.ย. 2546

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1 ต.ค. 2543 – 30 ก.ย. 2544

ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด



Mr. Sumate Sudasna
Board of Director

นายสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา
นสรมการ

Date of Birth:

2 April 1952

Special Appointment:

- Board of Director, Thailand Convention & Exhibition Bureau

Current Position:

- Managing Director of Destination Service Co., Ltd.
- President of Thailand Incentive and Convention Association

Work Experience:

- Managing Director of Destination Service Co., Ltd.
- President of Thailand Incentive and Convention Association
- Secretarial of Thailand Incentive and Convention Association Second

วัน-เดือน-ปี เกิด:

2 เมษายน 2495

ตำแหน่งปัจจุบัน:

- กรรมการผู้จัดการ บจก. เดสติเนชั่นเซอร์วิสเชส (ประเทศไทย)
- นายกสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)

ประสบการณ์ทำงาน:

- 2515-2524 แผนกต้อนรับส่วนหน้า
โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ
- 2524-2526 ผู้จัดการการตลาด
โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพฯ
- 2526-2531 ผู้จัดการแผนกประชุมและการท่องเที่ยว
แบบให้รางวัล บริษัทดีทีแอลมทราเวล
- 2531-ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ
บจก.เดสติเนชั่นเซอร์วิสเชส (ประเทศไทย)

ตำแหน่งในอุตสาหกรรม:

- 2531-32 กรรมการ คณะกรรมการบริการการประชุม
สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)
- 2532 ประธานฝ่ายการฝึกอบรม สมาคมไฮท์ภาคพื้น
ประเทศไทย (SITE Thailand Chapter)
- 2533-34 ประธานคณะกรรมการบริการการประชุม
สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)
- 2533-35 ประธานสมาคมไฮท์ ภาคพื้นประเทศไทย
- 2534-35 ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการขาย
สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)

- 2535-36 ประธานคณะกรรมการสมาชิกภาพและ
ประชาสัมพันธ์ สมาคมส่งเสริมการประชุม
นานาชาติ (ไทย)
- 2537-38 กรรมการ สมาคมส่งเสริมการประชุม
นานาชาติ (ไทย)
- 2537-38 ประธานสมาคมไฮท์ ภาคพื้นประเทศไทย
- 2540-41 กรรมการ สมาคมส่งเสริมการประชุม
นานาชาติ (ไทย)
- 2541-42 ประธานสมาคมไฮท์ ภาคพื้นประเทศไทย
- 2542-43 ประธานคณะกรรมการสมาชิกภาพและ
ประชาสัมพันธ์ สมาคมส่งเสริมการประชุม
นานาชาติ (ไทย)
- 2543 เลขาธิการ/ทริยูนิค สมาคมไฮท์ ภาคพื้น
ประเทศไทย
- 2544-ปัจจุบัน ประธานสมาคมไฮท์ ภาคพื้นประเทศไทย
- 2546-47 อุปนายก สมาคมส่งเสริมการประชุม
นานาชาติ (ไทย)
- 2548-52 เลขาธิการ สมาคมส่งเสริมการประชุม
นานาชาติ (ไทย)
- 2552-53 นายก สมาคมส่งเสริมการประชุม
นานาชาติ (ไทย)
- 2554-55 นายก สมาคมส่งเสริมการประชุม
นานาชาติ (ไทย)



Mr. Surapong Techaruvichit
Board of Director

นายสุรพงษ์ เตชะหรวจิตร
nssmการ

Date of Birth:

24 February 1959

Education:

- MBA, National Institute of Development Administration (NIDA)
- The Faculty of Economics, Chulalongkorn University
- Assumption School

Special Appointment:

- Board of Director, Thailand Convention & Exhibition Bureau

Current Position:

- Assistant Managing Director of Asia Hotel Bangkok PLC.
- Assistant Managing Director of Asia Pattaya Hotel Co., Ltd.
- Assistant Managing Director of Asia Airport Hotel Co., Ltd.

- Assistant Managing Director of Zeer Property Co., Ltd.
- Vice President of Pamatoy Co., Ltd.
- President of Thai Hotels Association
- Vice President of Thailand Hotel Standard Foundation
- Board Member of Thailand Convention & exhibition bureau
- Board Member of Assumption Association

Work Experience:

- Honorary adviser of Thai Hotels Association
- Board Member of The National Institute of Development Administration Alumni Association
- Board Member of Chulalongkorn University Alumni Association

วัน-เดือน-ปี เกิด

24 กุมภาพันธ์ 2502

การศึกษา

- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ นิด้า
- เศรษฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- โรงเรียนอัสสัมชัญ กรุงเทพฯ

ตำแหน่งปัจจุบัน

- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เอเชียโฮเต็ล จำกัด (มหาชน)
- กรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
- อุปนายกสมาคมโรงแรมไทย
- รองประธาน มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว

ประสบการณ์ทำงาน

- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เอเชียโฮเต็ล จำกัด (มหาชน)
- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เอเชียพัทยาโฮเต็ล จำกัด
- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เอเชียแอร์พอร์โฮเต็ล จำกัด
- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เซียร์พรีฟเพอร์ตี้ จำกัด
- รองประธานกรรมการ บริษัท ปามาทอย จำกัด



Mr. Thongchai Sridama
Board of Director

นายธงชัย ศรีดามา
กรรมการ

Date of Birth:

22 October 1948

Education:

- Master of Public Administration, National Institute of Development Administration
- Bachelor of Engineering Program in Civil Engineering, Khon Kaen University
- Traim Udom Suksa School class 28

Special Appointment:

- Board of Director of Thailand Convention & Exhibition Bureau
- Board of Director of Marketing Organization for Farmers

Work Experience:

- Board of Director, Tourism Authority of Thailand (TAT)
- Deputy Director General, Department of Highways
- Director Bureau of Highways 10, Department of Highways
- Director Bureau of Highways 6, Department of Highways

วัน-เดือน-ปี เกิด:

22 ตุลาคม 2491

การศึกษา:

- มัธยมศึกษาโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา รุ่นที่ 28
- ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา ปี 2515 (มหาวิทยาลัยขอนแก่น)
- ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (นิด้า)

ตำแหน่งปัจจุบัน:

- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
- กรรมการบริหารองค์การตลาดเพื่อการเกษตร (อตก.)

ประสบการณ์ทำงาน:

- 2543-2544 ผู้เชี่ยวชาญวิชาชีพ 9 รองผู้อำนวยการสำนักงานหลวงที่ 10 (สุพรรณบุรี)
- 2544-2545 ผู้เชี่ยวชาญวิชาชีพ 9 รองผู้อำนวยการสำนักงานหลวงที่ 9 (ลพบุรี)
- 2545-2546 ผู้อำนวยการสำนักงานหลวงที่ 6 (เพชรบูรณ์)
- 2546-2548 ผู้อำนวยการสำนักงานหลวงที่ 10 (สุพรรณบุรี)
- 2548-2552 รองอธิบดี กรมทางหลวง
- 2551-2554 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 2531-ปัจจุบัน กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.)



Mrs. Sopapan Amatadecha
Board of Director

ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ อมตะเดชะ
กสุมการ

Date of Birth:

5 February 1950

Education:

- Master of Education, Srinakharinwirot University
- Bachelor of Education, Pathumwan College of Education
- Certificate of Higher Education, Suan Dusit Rajabhat University

Special Appointment:

- Board of Director, Thailand Convention & Exhibition Bureau

Current Position:

- Director of Suan Dusit Rajabhat University (Suphanburi Campus)

Training/Seminar:

- Director Certification Program Class 122/2009, Thai Institute of Directors

Work Experience:

- Lecturer of Tourism Industry Program Faculty of Management Sciences Suan Dusit Rajabhat University
- Lecturer of Home Economics Program Faculty of Science and Technology Suan Dusit Rajabhat University
- Consultant of The Suan Dusit Place Hotel Suan Dusit Rajabhat University

วัน-เดือน-ปี เกิด:

5 กุมภาพันธ์ 2493

การศึกษา:

- การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (กศม.) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร
- การศึกษาศาสตรบัณฑิต (กศบ.) วิทยาลัยวิชาการศึกษาปทุมวัน
- ประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาชั้นสูง (ป.กศ.สูง) วิทยาลัยครูสวนดุสิต

ตำแหน่งปัจจุบัน:

- ผู้อำนวยการศูนย์สุพรรณบุรี

ประสบการณ์ทำงาน:

- อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- อาจารย์ไปแกวมวิชาคหกรรมศาสตร์ทั่วไป คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ที่ปรึกษาโรงแรมสวนดุสิตเพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

MANAGEMENT TEAM





Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President - the Thailand Convention & Exhibition Bureau

นายบพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ



Mrs. Supawan Teerarat
Vice President - Strategic and Business Development

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์
รองผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนารธุรกิจ

Education:

Doctorate

- Doctorate in Opto-Electronics
Aix-Marseille University in France

Master Degree

- Master Degree in Opto-Microwave
The Institute National Polytechnique de
Grenoble (INPG) in France
- Master Degree in the International
Management, The Asian Institute of
Technology (AIT)

Bachelor Degree

- Bachelor Degree in Electrical Engineering
King Mongkut's University of Technology
Thonburi

Work Experience:

Current Position

- President of the Thailand Convention &
Exhibition Bureau (TCEB)

1983 - 2012

- The Executive Vice-president of TOT
Public Company Limited
Special Appointment at TOT Public
Company Limited
- Committee of Information Technology
and Communication of the House of
Representatives
Acting Managing Director of ACT Mobile
Company Limited
- Committee of ACT Mobile Company Limited
- Committee of Advance Data Network
Communication Company Limited
Acting Manager of THAImobile

การศึกษา:

ปริญญาเอก

- สาขาวิชาออปโตอิเล็กทรอนิกส์ (Opto-Electronics)
มหาวิทยาลัย Aix-Marseille ประเทศฝรั่งเศส

ปริญญาโท

- สาขาวิชาออปโตไมโครเวฟ (Opto-Microwave)
สถาบัน Institute National Polytechnique
de Grenoble (INPG) ประเทศฝรั่งเศส
- สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย
(Asian Institute of Technology (AIT)

ปริญญาตรี

- สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

2526-2556

- บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) หรือองค์การโทรศัพท์
แห่งประเทศไทย ตำแหน่งสุดท้ายคือ
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
- กรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
สภาผู้แทนราษฎร รักษาการกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท เอซีที โมบาย จำกัด
- กรรมการบริษัท เอซีที โมบาย จำกัด
- กรรมการบริษัท แอดวานซ์ ดาต้า เน็ตเวิร์ค
คอมมิวนิเคชั่น จำกัด และรักษาการ
ผู้จัดการกิจการร่วมค้าไทยโมบาย

Education:

Master Degree

- Master of Public Policy,
Suan Dusit University

Bachelor Degree

- Bachelor of Business Administration
Assumption University

Diploma

- Exhibition Management Degree,
UFI (Global Exhibition Association)

Work Experience:

Current Position

- Vice President - Strategic and
Business Development

2008-2012

- Director of Exhibitions Department, TCEB

2006-2008

- Business Development Director,
World Expo Service Co., Ltd.

2005-2006

- Group Director of Marketing and
Communications, A Prime Chain of
Hotels & Resorts Co. Ltd.

การศึกษา:

ปริญญาโท

- รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ปริญญาตรี

- บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ประกาศนียบัตร

- Exhibition Management Degree,
UFI (Global Exhibition Association)

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- รองผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนารธุรกิจ
2551-2555

- ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้า
นานาชาติสเปน.

2549-2551

- ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนารธุรกิจ
บริษัท เวิร์ด เอ็กซ์โป เซอร์วิส จำกัด

2548-2549

- ผู้อำนวยการกลุ่มการตลาดและการสื่อสาร
บริษัท เอ ไพรม์ เซน ออฟ โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด



Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya
Vice President - Administration and Strategic Support

นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา
รองผู้อำนวยการสายงานบริหารและสนับสนุนกลยุทธ์



Ms. Vichaya Soonthornsaratoon
Director - Meetings Industry Department

นางสาววิชญา สุนทรสารทอน
ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม

Education:

Master Degree

- Master of Public Administration, The American University, USA

Bachelor Degree

- Bachelor of Social Sciences, Kasetsart University

Work Experience:

Current Position

- Vice President - Administration and Strategic Support

2011 - 2012

- Director of Domestic MICE Department, TCEB

2007 - March 2011

- Director of Government & Corporate Affairs Department, TCEB

2004-2007

- Senior Manager of Meetings & Incentives Department, TCEB

1996-2004

- Tourism Authority of Thailand

การศึกษา:

ปริญญาโท

- Public Administration, The American University สหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- รองผู้อำนวยการสายงานบริหารและสนับสนุนกลยุทธ์

2554-2555

- ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สสปน.

2550-2554

- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ สสปน.

2547-2550

- ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายการประชุมและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล สสปน.

2539-2547

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Education:

Master Degree

- General Communication, Fort Hays State University, USA

Bachelor Degree

- Personal Management, Dhurakij Pundit University

Work Experience:

Current Position

- Director of Meetings Industry Department

2004-2012

- Senior Manager Meetings industry Department, TCEB

1988-2004

- Senior Supervisor / Administrative Assistant / Division Manager, Thai Airways International Plc.

การศึกษา:

ปริญญาโท

- General Communication, Fort Hays State University, สหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- Personal Management มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม

2548-2555

- ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายส่งเสริมการประชุมนานาชาติ สสปน.

2531-2548

- หัวหน้างานอาวุโส/ผู้ช่วยผู้จัดการ / ผู้จัดการแผนก บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)



Mr. Chartchai Debpang
Director - TCEB's President Department

นายชาติชาย เกพแปง
ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักงานผู้อำนวยการ สสปน.



Mr. Salanroj Sutaschuto
Director - Administration Department

นายสรานโรจน์ สุกข์ชูโต
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

Education:

Master Degree

- Master of Public Administration (Social Development), National Institute of Public Administration
- Master of Political Sciences, Chulalongkorn University

Bachelor Degree

- Bachelor of Arts, Ramkhamhaeng University

Work Experience:

Current Position

- Director of TCEB's President Department 2011 - 2012
- Director of Government & Corporate Affairs Department, TCEB 2008 - March 2011
- Senior Manager of External Relations, Government & Corporate Affairs Department, TCEB 2006-2008
- Head of Public Relations, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports
- Director of Tourist Assistance Center, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports

การศึกษา:

ปริญญาโท

- พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (ทางพัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี
- ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักงานผู้อำนวยการ สสปน. 2554-2555
- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ สสปน. 2551-2554
- ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานบริหารราชการ ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ สสปน. 2549-2551
- หัวหน้ากลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- ผู้อำนวยการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

Education:

Master Degree

- Master of Business Administration, Western Illinois University, USA

Bachelor Degree

- Bachelor of Science (Computer Science), Western Illinois University, USA
- Associate Degree in Business Administration (Marketing), Assumption Commercial College

Work Experience:

Current Position

- Director of Administration Department, TCEB 2011 - 2012
- Director of Board Coordinating Department, TCEB 2009 - March 2011
- Head of the Office of the President, TCEB 2008
- Senior Manager of MICE Capabilities Department, TCEB 2001-2006
- Director and Executive Director, Thai-Hong Kong Trade Association

การศึกษา:

ปริญญาโท

- Master of Business Administration, Western Illinois University สหรัฐอเมริกา
- ปริญญาตรี
- Bachelor of Science (Computer Science), Western Illinois University สหรัฐอเมริกา
- บริหารธุรกิจ (การตลาด) พาณิชยการอีสต์แม็ซซุ

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร สสปน. 2554-2555
- ผู้อำนวยการฝ่ายประสานงานคณะกรรมการ สสปน. 2552-2554
- หัวหน้าสำนักผู้อำนวยการ สสปน. 2551-2552
- ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ สสปน. 2544-2549
- กรรมการและผู้อำนวยการบริหาร Thai-Hong Kong Trade Association



Mrs. Nichapa Yoswee
Director - MICE Capabilities Department

นางนิชาภา ยศวีร์
ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์



Ms. Jutharat Vorrarith
Director - Accounting & Finance Department

นางสาวจุฑารัตน์ วรฤทธิ
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน

Education:

Management Development Program,
Cranfield University,
School of Management, UK
Strategic Leadership Program,
Oxford University, UK
Bachelor Degree

- Bachelor of Business Administration,
Assumption University

Work Experience:

Current Position

- Director of MICE Capabilities
Department, TCEB
- Sustainable Committee, UFI - the Global
Association of the Exhibition industry
- Education Committee, UFI - the Global
Association of the Exhibition industry
2007 - March 2011
- Managing Director for Thailand and
Vietnam, Reed Tradex Co., Ltd.
2005-2007
- Deputy Chief Officer,
Royal Flora Ratchapruek 2006

การศึกษา:

หลักสูตรด้านภาวะผู้นำและการบริหารจัดการ
Cranfield University, School of Management
สหราชอาณาจักร
หลักสูตรด้านความคิดสร้างสรรค์เชิงกลยุทธ์
และการจัดการเชิงจิตวิทยา Oxford University
สหราชอาณาจักร
ปริญญาตรี

- บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์
สสพ.
- คณะกรรมการสมาพันธ์โลก ด้านการจัดนิทรรศการ
ส่วนการอนุรักษ์ธรรมชาติ (UFI - the Global
Association of the Exhibition industry)
- คณะกรรมการสมาพันธ์โลก ด้านการจัดนิทรรศการ
ภาคการศึกษา (UFI - the Global Association
of the Exhibition industry)
2550-2553
- กรรมการผู้จัดการประเทศไทยและเวียดนาม
บริษัท รีต เทรดเด็กซ์ จำกัด
2548-2550
- รองกรรมการบริหาร ราชพฤกษ์ 2006 จ. เชียงใหม่

Education:

Master Degree

- Master of Business Studies,
Liverpool John Moores University,
United Kingdom

Bachelor Degree

- Bachelor of Science in Accounting,
Thammasat University, Thailand
- Certified Public Accountant (Thailand)
No. 7132

Work Experience:

Current Position

- Accounting & Finance Director, TCEB
2006
- General Manager, National Institute
for Brain-based Learning (NBL), Office
of Knowledge Management and
Development (Public Organization)
Office of the Prime Minister
2004
- Internal Auditor, National Institute for
Brain-based Learning (NBL), Office of
Knowledge Management and Development
(Public Organization) – Office of the
Prime Minister
2000
- Senior Auditor,
Deloitte Touche Tohmatsu Jaiyos Co.,Ltd

การศึกษา:

ปริญญาโท

- ธุรกิจศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
Liverpool John Moores ประเทศอังกฤษ

ปริญญาตรี

- บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 7132

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน สสพ.
2549
- ผู้จัดการทั่วไป สถาบันวิทยาการการเรียนรู้ (สวร.)
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้
(องค์การมหาชน)
2547
- ผู้ตรวจสอบภายใน สถาบันวิทยาการการเรียนรู้ (สวร.)
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้
(องค์การมหาชน)
2543
- ผู้ตรวจสอบบัญชีอาวุโส
บริษัท ดีลอยท์ ทูช โทมัทสู ไชยโยส ที่ปรึกษา จำกัด



Ms. Wiparat Tharateerapab
Director - Government and Corporate Affair Department

นางสาววิภารัตน์ ธาราธิรรภาพ
 ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐวิสาหกิจ สสปน.



Ms. Parichat Svetasreni
Director - Marketing and Corporate Department

นางสาวปาริฉัตร เสวตเศรณี
 ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร

Education:

Master Degree

- Master of International Communications Studies, University of Leeds, UK
- Master of Political Science (International Relations), Thammasat University

Bachelor Degree

- Bachelor of Political Science (International Relations), Thammasat University

Work Experience:

Current Position

- Director of Government and Corporate Affair Department, TCEB
- Director of Administrative Department, TCEB

2004-2010

- Director of international Affairs, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports

2002-2003

- Seconded to the Office of Thai Trade Representative, Office of the Prime Minister

การศึกษา:

ปริญญาโท

- Master of International Communications Studies, University of Leeds สหราชอาณาจักร
- รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาความสัมพันธ์ทางการทูต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปริญญาตรี

- รัฐศาสตรบัณฑิต (สาขาความสัมพันธ์ทางการทูต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐวิสาหกิจ สสปน.
- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร สสปน.

2547-2553

- ผู้อำนวยการกองการต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2545-2546

- ช่วยราชการ ณ สำนักงานผู้แทนการค้าไทย สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

Education:

Master Degree

- Master of Arts in Communication Arts, Chulalongkorn University

Bachelor Degree

- Bachelor of Arts, Silpakorn University

Work Experience:

Current Position

- Senior Manager and Acting Director of Marketing Communication Department, TCEB

2006-2012

- Senior Manager Public Relation Division, Marketing Communication Department, TCEB

2005-2006

- PR Group Account Director, Leo Burnett

2004-2005

- Account Manager, JWT Thailand

การศึกษา:

ปริญญาโท

- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาตรี

- อักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้จัดการอาวุโสส่วนงานประชาสัมพันธ์ และ รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด สสปน.

2549-2555

- ผู้จัดการอาวุโสส่วนประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสื่อสารการตลาด

2548-2549

- PR Group Account Director, Leo Burnett

2547-2548

- Account Manager, JWT Thailand



Mrs. Jaruwat Suwannasat
Director - Exhibitions and Event Department

นางจรรวณ สุวรรณศาสน์
ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติ สสปน.



Mr. Prakhong Iemsamank
Director - Corporate Strategy Development Department

นายประคอง เอี่ยมสำอางค์
ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร

Education:

- Master Degree
- Master of International Marketing, University of Strathclyde, United Kingdom
- Bachelor Degree
- Bachelor of Business Administration, Assumption University, Thailand

Work Experience:

- Current Position
- Exhibitions and Event Department Director
- 2003
- Brand Activation Manager-Heineken, Thai Asia Pacific Brewery Co.,Ltd.
- 2001
- Assistant Brand Manager-Amstel, Thai Asia Pacific Brewery Co.,Ltd.
- 1998
- Marketing & Merchandise Executive, Boots Retail (Thailand)
- 1997
- Assistant Brand Manager – Sanrio, Central Retail Corporation

การศึกษา:

- ปริญญาโท
- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาดระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยสเตรธไคลด์ สหราชอาณาจักร
- ปริญญาตรี
- บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ประวัติการทำงาน:

- ปัจจุบัน
- ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติ สสปน.
- 2546
- Brand Activation Manager-Heineken บริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่ จำกัด
- 2544
- Assistant Brand Manager-Amstel บริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่ จำกัด
- 2541
- Marketing & Merchandise Executive บริษัท บูทส์ รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด
- 2540
- MAssistant Brand Manager – Sanrio บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด

Education:

- Master Degree
- Master of Communication Arts, Chulalongkorn University, Thailand
- Bachelor Degree
- Bachelor of Science (Agricultural Economics), Kasetsart University, Thailand

Work Experience:

- Current Position
- Corporate Strategy Development Department Director
- 2009
- Director of Tak Provincial Land Reform Office
- 2007
- Senior officer of Assets Capitalization, Assets Capitalization Bureau (PO)
- 2003
- Plan and Policy Analyst 7 (Chief of Planning & Project Department) Research and Planning Division, Agricultural Land Reform Office

การศึกษา:

- ปริญญาโท
- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี
- วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงาน:

- ปัจจุบัน
- ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร
- 2552
- ปฏิรูปที่ดินจังหวัด (ผู้อำนวยการระดับต้น) จังหวัดตาก
- 2550
- เจ้าหน้าที่แปลงสินทรัพย์เป็นทุน (ระดับสูง), สำนักงานบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน (องค์การมหาชน)
- 2546
- เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน ระดับ 7 (หัวหน้าฝ่ายแผนงานและโครงการ) กองวิชาการและแผนงาน สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม



Mr. Puripan Bunnag
Director - Domestic MICE Department

นายภูริพันธ์ บุนนาค
ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สสปน.



Mrs. Sarita Chintakanond
Director - Information Technology Department

นางสรिता จินตกานนท์
ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

Education:

Master Degree

- Master of Arts in International Affairs, Ohio University, USA

Bachelor Degree

- Bachelor of Arts Program in Political Science (International Relations), Chulalongkorn University, Thailand

Work Experience:

Current Position

- Domestic MICE Department Director, TCEB

2005

- Chief of Domestic Tourism Industry Relations Section, Tourism Authority of Thailand

2000

- Chief of Overseas Market Section, Tourism Authority of Thailand

1995

- Sales Promotion Manager, Premier Marketing Public Company Limited

1993

- Sales Promotion Manager, World Trade Center

1991

- Marketing Officer Thai Pure Drinks LTD.

การศึกษา:

ปริญญาโท

- รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัย Ohio ประเทศสหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- รัฐศาสตรบัณฑิต (ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สสปน. 2548

- หัวหน้างานตลาดในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2543

- หัวหน้างานตลาดต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2538

- ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) 2536

- ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย เวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ 2534

2534

- ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย เวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ 2534

- เจ้าหน้าที่การตลาด บ. ไทยน้ำทิพย์ จำกัด

Education:

Master Degree

- Master of Science (Economics) , Portland State University, USA

Bachelor Degree

- Bachelor of Political Science, Chulalongkorn University, Thailand

Work Experience:

Current Position

- Information Technology Department Director, TCEB

2009

- Business and Investment Strategy Advisor, Thanachart Holding Company Limited

2004

- Planning Supervisor, Thai Airways International Public Company Limited

2000

- Trade Officer, Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce

Other Significant Experiences

2012 - 2013

- Specialist, The Senate Standing Committee on Education

- Part-time Lecturer, MBA in Tourism Management, Assumption University

2010 - 2012

- Committee Member, Senate Substanding Committee on Development of Thai Education for Asean Economic Community The Senate Standing Committee on Education

การศึกษา:

ปริญญาโท

- วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัย Portland State University ประเทศสหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- รัฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน:

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ สสปน. 2552

- ที่ปรึกษาด้านธุรกิจและการลงทุน บริษัท ธนชาติ โฮลดิ้ง จำกัด 2547

- Planning Supervisor ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) 2543

- นักวิชาการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ประสบการณ์อื่นๆ

2555 - 2556

- นักวิชาการ ประจำคณะกรรมการการศึกษา วุฒิสภา

- อาจารย์พิเศษระดับปริญญาโท สาขาการจัดการ การท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 2553 - 2555

- อนุกรรมการ พิจารณาและติดตามความพร้อม ด้านการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน คณะกรรมการการศึกษา วุฒิสภา

Oversea Representatives

ผู้แทนประจำภูมิภาคต่างประเทศ



Ms. Esther Chin
Singapore, Philippines and Indonesia

Pacific Leisure Marketing PTE, Ltd.
371 Beach Road, #12-06 Keypoint 199597, Singapore
Telephone: +65 6292 5886 | Fax: +65 6292 5882
Mobile: +65 9686 8408
E-mail: tceb.mic@gmail.com, esther@pacleisure.com, tceb@pacleisure.com



Mr. Haruo Otani
Japan

Asian Pro-Net
3-22-15 Shimomeguro, Meguro-ku, Tokyo 153-0064, Japan
Telephone: +81 3 5725 8015 | Fax: +81 3 5725 8015
Mobile: +81 90 8505 9586
E-mail: haotani@m9.dion.ne.jp, haotani0606@ybb.ne.jp



Mr. Dmitry Smirnov
Russia

Compass Press LLC
11 Bolshaya Tuskaya Street, Moscow 119330, Russia
Telephone: +7 495 223 1764
Fax: +7 495 981 5188
E-mail: director@compass-consulting.ru, tceb@compass-consulting.ru



Mr. Nitin Sachdeva
India

119, SishTravel Ace India
an House, 2nd Floor, Shahpur Jat, New Delhi-110049 India
Telephone: +91 1 4921 0000 19
Mobile: +91 9 7186 139 20
E-mail: meghna.tceb@srm-india.com



Mr. Nguyen Ba Vinh
Vietnam

Minh Vi Exhibition & Advertisement Services Co., Ltd. (VEAS)
8th Floor Mekong Tower, 235-241 Cong Hoa Street,
Ward 13, Tan Binh District, Hochiminh City, Vietnam
Telephone: +84 8 3842 7755 | Fax: +84 8 6293 6024
Mobile: +84 9 0340 6383
E-mail: vinh.nb@veas.com.vn, vinh.nb@tcebvietnam.com.vn



Mr. Evan Li
China, Hong Kong, Macau and Taiwan

Business Strategies Group Ltd.
Room 1101, Wilson House, 19 Wyndham Street, Central, Hong Kong
Telephone: +852 2525 6165 | Fax: +852 2525 6171
E-mail: tceb.evan@bsgasia.com

SPECIAL FEATURE

A Journey of MICE,
A Path to Sustainability



Special Feature

A Journey of MICE, A Path to Sustainability

บทความพิเศษ

รอยทางแห่งไมซ์ ร้อยสายใยสู่ความยั่งยืน

Having realized the importance of the tourism industry as a key growth driver for economic development since 1959, the Royal Thai Government announced a Royal Decree on the Establishment of the National Tourist Office, B.E. 2502 (1959). The Tourist Office was subsequently replaced by an independent body, namely the Tourist Organization, and then The Tourism Authority of Thailand or TAT. It is a non-profit commercial and promotional state enterprise, previously under the Prime Minister's Office, under supervision of the Ministry of Tourism and Sports. Today, the Tourism Authority of Thailand is the flagship body specifically responsible for the promotion and marketing of Thailand's tourism industry.

In addition to greater emphasis on promoting and marketing the Kingdom as a tourist destination among global travellers, the Tourism Authority of Thailand was the key player in promoting and driving the MICE industry, prior to the establishment of the Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) in 2003. At the time, the meetings, conventions and exhibitions industry in Thailand was driven specifically by the International Convention Division. Its mission included the marketing and promotion of the Thai MICE sector, monitoring and evaluation, and collaboration with other stakeholders.

รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และเปิดประตูต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2502 ด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจชาติ โดยได้จัดร่างพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นเป็นครั้งแรก จัดตั้ง “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว” หรือ อสท. ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” หรือ ททท. ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการในรูปแบบรัฐวิสาหกิจที่จัดอยู่ในสาขาพาณิชย์ และบริการประเภทส่งเสริม หรือไม่แสวงหากำไร ภายใต้สังกัดนายกรัฐมนตรี ปัจจุบันได้มีการโอนย้ายหน่วยงานต้นสังกัดมากำกับดูแลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และถือเป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับมอบหมายภารกิจสำคัญจากรัฐบาลในการทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ

ก่อนที่จะมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ขึ้นในปี พ.ศ. 2547 ททท.ถือได้ว่าเป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทในการส่งเสริมและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยหน่วยงานของที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการของ ททท.ที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “อุตสาหกรรมไมซ์” โดยตรงในสมัยนั้นก็คือ “กองการประชุมนานาชาติ (International Convention Division) มีภารกิจหลักที่สำคัญในการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ประกอบด้วย การส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ การส่งเสริมด้านการตลาด การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ตลอดจนการประสานงานและให้ความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานอื่นในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์



The International Convention Division under the Tourism Authority of Thailand played a pivotal role in promoting the country's emerging industry in the global arena. An early achievement was participation to establish the Association of Convention and Visitor Bureaux (AACVB) in 1983, whose founding members included Hong Kong, South Korea, Malaysia, Philippines, Japan, China, Macau and Thailand. With its headquarters in Macau, AACVB commits to driving the region's capabilities and its position as a centre for MICE activities. Moreover, Thailand also joined the International Congress and Convention Association (ICCA) in order to promote and uplift Thailand's convention industry, allowing Thailand to become known among global industry community, and paving the way for Thailand leading role as one of the most desirable MICE destinations in the world.

กองการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เริ่มดำเนินการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้มีบทบาทสำคัญในเวทีโลกมาโดยต่อเนื่อง อาทิ การเข้าร่วมก่อตั้ง “สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติแห่งเอเชีย” หรือ Asian Association of Convention and Visitor Bureaux : AACVB) ในปี พ.ศ. 2526 มีประเทศสมาชิกร่วมก่อตั้ง 8 ประเทศ คือ ฮองกง เกาหลี มาเลเซีย ฟิlippินส์ ญี่ปุ่น จีน มาเก๊า และไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาศักยภาพของเอเชียให้มีศักยภาพและเป็นศูนย์กลางในการจัดกิจกรรมด้าน MICE รวมทั้ง การสร้างพันธมิตรในความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาคเอกชนและองค์กรสาธารณะในภูมิภาคเอเชีย และมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศมาเก๊า และยังได้เข้าร่วมการเป็นสมาชิกของสมาคม ส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศ หรือ ICCA เพื่อเผยแพร่และส่งเสริมการจัดประชุมของ ประเทศไทยในเวทีนานาชาติ และเปิดประตูประเทศไทยให้ต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ให้รู้จักและเข้ามาจัดงานประชุมและนิทรรศการในประเทศไทยตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

Foundation of TCEB

The MICE industry is a unique industry, presenting continuously high growth, while positively and significantly affecting the economic development of the country. In order to support the efficient and sustainable growth of the industry and unique attributes of Thailand, as well as to benefit Thailand within the sociological, educational, and economic context, the Royal Thai Government announced the establishment of the Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) by Royal Decree following the decree's publication in the Royal Gazette on 22 September 2002, in accordance with the Section 211 of the Constitution of the Kingdom of Thailand, and Section 5 of the Act of Establishment of the Public Organization B.E. 1999 (2002). TCEB is founded according to Section 7 of the Act with the following objectives;

1. To promote the MICE industry in Thailand
2. To support or provide impetus to presenting Thai arts and culture into those events as a way to nourish national treasures
3. To provide services about knowledge exchange and resources for personnel, in both the government and private sector, to increase their level of professional skills comparable to international tourism industry benchmarks
4. To be the central resource about the MICE industry in Thailand
5. To provide knowledge and build awareness of the conservation of environmental and natural resources among MICE and tourism business operators

ปฐมบทแห่งสสปน.

เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและส่งผลกระทบเชิงบวกโดยตรงต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างมีนัยยะสำคัญ และเพื่อให้การดำเนินการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศเป็นไปอย่างมีระบบคล่องตัว มีประสิทธิภาพ สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นไทย และเกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อประเทศทั้งในมิติทางด้านสังคม มิติทางการศึกษา มิติทางด้านเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงได้จัดตั้ง “สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)” ขึ้นเพื่อกำกับดูแลอุตสาหกรรมนี้ โดยเฉพาะ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 211 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542 ประกาศความพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2545” ลงวันที่ 22 กันยายน พ.ศ.2545 และมีผลบังคับใช้วันถัดไป โดยมีวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งตามมาตรา 7 แห่งพระราชกฤษฎีกา ดังนี้

1. ส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
2. สนับสนุน หรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทย อันเป็นการทำนุบำรุง ศิลปะและวัฒนธรรมไทย
3. ให้การบริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะเกี่ยวเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดนิทรรศการ
5. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ



It is considered that the Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) was founded on 23 September 2002, and tasked according to the Section 8 with the following roles;

จึงนับได้ว่าสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้จัดตั้งขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อ วันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2545 โดยมีอำนาจ และหน้าที่ ตามมาตรา 8 ดังนี้

1. To establish policies and standards for the MICE industry in Thailand
2. To promote and publicize MICE businesses in Thailand
3. To represent Thailand in submitting national proposals to be the host of international events
4. To be an information centre and offer services, including professional consultation about local and international MICE businesses
5. To support and arrange professional seminars and knowledge exchange platforms to develop the professional skills of MICE personnel in Thailand
6. To set the standard of services and certify the qualifications of MICE operators in Thailand
7. To be the coordinating centre to facilitate those in MICE businesses in Thailand
8. To develop necessary projects needed for MICE businesses in Thailand under the sponsorship of the Thai Government
9. To execute other missions that would help the Bureau to achieve its major roles and objectives

1. กำหนดนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการ ในประเทศไทย
2. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดนิทรรศการในประเทศไทย
3. เป็นตัวแทนของประเทศไทยในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับ เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน
4. เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและ คำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
5. สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เกี่ยวกับธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศ
6. กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบการธุรกิจ การจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดนิทรรศการ ในประเทศไทย
7. เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ ธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัด นิทรรศการในประเทศไทย
8. พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดการประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
9. กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ของสำนักงาน

First step to the betterment of the Thai MICE sector

TCEB began its assignment to develop Thailand's MICE industry in the 2003 fiscal year. At that time, some of the ongoing assignments and activities, along with relevant budget allocation, were still related to the Tourism Authority of Thailand, so operations were undertaken in collaboration with the TAT. On 18 March 2003, the cabinet approved the transfer of aspects of the TAT's roles and responsibilities, assets, rights, debts and budgets from the TAT's International Convention Division to TCEB, since the publication of the Royal Decree. The transfer was finished in April 2004, and thus, TCEB has officially operated with strong support from the government since May 2004. This marked a great beginning to Thailand's MICE industry, and the next step towards building a bustling Thai economy.

At the beginning, TCEB set its vision to drive Thailand to become an internationally recognized and preferred MICE destination in Southeast Asia by 2011, and committed to promoting Thailand as an ASEAN Regional Business Hub to attract mega events, in addition to being a tourism hub.

From its humble beginnings to today, TCEB has strived and thrived in propelling Thailand's MICE industry forward with proactive development plans and integration of comprehensive collaboration from public and private counterparts, aiming at optimizing benefits for the industry and leveraging socio-economic advantages. Throughout this of driving Thai MICE excellence, TCEB has been successful in implementing initiatives and projects to accelerate Thailand to its ASEAN leadership position, while further advancing into becoming the MICE centre of Asia by 2016. The operation to drive Thailand's MICE industry can be divided into four stages, which include;

ก้าวแรกสสปน. สู่พัฒนาการไมซ์ไทย

ขวบปีแรกแห่งการดำเนินงานของ สสปน. เริ่มต้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2546 โดยสสปน. ได้เริ่มดำเนินงานตามอำนาจ และหน้าที่ แต่เนื่องจากยังคงมีภาระงาน กิจกรรม และการจัดสรรงบประมาณที่เกี่ยวข้อง และผูกพันร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การดำเนินงานจึงต้องดำเนินการร่วมกับททท. และเมื่อมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2546 ได้อนุมัติให้มีการโอนอำนาจหน้าที่ กิจการ ทรัพย์สิน สิทธิ หนี้สินและเงินงบประมาณของกองการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีอยู่ในวันที่พระราชกฤษฎีกาใช้บังคับไป ไปเป็นของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการดังกล่าวข้างต้นแล้วเสร็จในเดือนเมษายน พ.ศ. 2547 ฉะนั้นเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547 สสปน. ได้เริ่มต้นดำเนินงาน และเปิดสำนักงานอย่างเป็นทางการ โดยการสนับสนุนของรัฐบาล อันถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญอย่างยิ่งยวดต่ออุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการ และเป็นก้าวที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ในระยะเริ่มแรก สสปน. มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์การดำเนินงานที่ว่า “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภายในปี พ.ศ. 2554” โดยมีแนวทางในการดำเนินงานในการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจของภูมิภาคอาเซียน (Regional Business Hub) เพื่อดึงดูดให้มีการจัดงานไมซ์ระดับสากลขนาดใหญ่ในประเทศไทย นอกเหนือจากการเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว (Tourism Hub)

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน สสปน. มุ่งมั่นดำเนินการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ มุ่งเน้นการดำเนินงานเชิงรุก และการบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย และสามารถต่อยอดขยายผลสู่ผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ และสังคมให้แก่ประเทศไทยในวงกว้าง โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สสปน. ได้ดำเนินกิจกรรมและโครงการต่างๆ และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาคอาเซียน และเดินทางอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อก้าวต่อไปกับการยกระดับสู่ศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียภายในปี พ.ศ. 2559 โดยการทำงานของสสปน. แบ่งออกเป็น 4 ช่วงดังนี้

Stage 1 : 2004 – 2006

Strategic Bids, Showcasing ‘Thai-ness’

During these fundamental years, TCEB focused on driving awareness of Thailand’s capabilities and readiness among business communities around the world. At the core of the strategy was to win bids for regional and global flagship MICE events by joining forces with all relevant stakeholders, and showcasing Thailand’s role as an international MICE destination, underlining the ‘New Meetings Experience’ concept, which highlights the unique attributes of the country that could accommodate a new paradigm in the meetings industry. Key activities included;

1. Offering to host the International Travel & Conference, Meetings Asia and Corporate Travel World (ITCMA & CTW). Thailand won the bid to host the event to be held in Bangkok in 2004, and relocated to Pattaya during 2005 – 2006. Thailand still plays host to the world's only double-bill event in MICE and corporate travel today.
2. In 2005, TCEB bid for Thailand to host The 46th ICCA Congress against other contenders including Malaysia and Singapore. The right to host the congress in 2007 was later given to Thailand. The event showcased Pattaya as a host city, receiving overwhelmingly positive responses, with record high attendance of 814 participants from 64 countries around the world, and attracting four new member countries to joining the meeting in Thailand’s festive beach resort town.

ระยะที่ 1 : พ.ศ. 2547 – 2549

ประมูลสิทธิ์เชิงกลยุทธ์ ประกาศท้อวจความเป็นไทย

ในช่วงปีแรกของการดำเนินงาน สสปน. มุ่งเน้นการแนะนำศักยภาพและความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในเวทีโลก โดยมุ่งเน้นการประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพการจัดงานประชุมและนิทรรศการที่เป็นเสาหลักของอุตสาหกรรมในระดับภูมิภาค และในระดับโลกโดยความร่วมมือร่วมกันระหว่างหน่วยงานทุกภาคส่วนเพื่อให้ผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์เล็งเห็นถึงบทบาทใหม่ของไทยในการจัดประชุมและนิทรรศการระดับนานาชาติ นำเสนอประเทศไทยภายใต้แนวคิด “New Meetings Experience” ชูจุดขายเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่พร้อมนำเสนอประสบการณ์การประชุมในมุมมองใหม่ โดยมีกิจกรรมเด่นๆ ที่สำคัญดังนี้

1. เสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงาน International Travel & Conference, Meetings Asia and Corporate Travel World (ITCMA & CTW) และประเทศไทยชนะการประมูลสิทธิ์การจัดงานซึ่งสามารถให้งานเทรดโชว์นี้เปลี่ยนฐานการจัดงานจากนครฮ่องกงมาจัดในกรุงเทพมหานครได้ในปี พ.ศ. 2547 และได้ย้ายไปจัดยังเมืองพัทยาในระหว่างปีพ.ศ.2548-2549 และประเทศไทยได้รับสิทธิ์ในการเป็นเจ้าภาพงานดังกล่าวเรื่อยมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน
2. ในปี พ.ศ. 2548 สสปน. เสนอตัวตัวให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุม The 46th ICCA Congress ร่วมประมูลสิทธิ์แข่งขันกับ มาเลเซีย และสิงคโปร์ และประเทศไทยชนะการประมูลสิทธิ์ได้รับการคัดเลือกเป็นเจ้าภาพจัดงานในปี พ.ศ. 2550 โดยนำเสนอเมืองพัทยาเป็นสถานที่จัดงาน และการจัดงานในครั้งนั้นประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี สามารถทำลายสถิติการจัดงานครั้งก่อนโดยมีผู้เข้าร่วมประชุมถึง 814 คนจาก 64 ประเทศทั่วโลก โดยมีตัวแทนจากประเทศสมาชิกเข้าร่วมเพิ่มขึ้นถึง 4 ประเทศ

3. In 2005, TCEB bid Thailand to be host country of the 19th World Congress of Neurology, collaborating with the Neurological Society of Thailand. Thailand won the right to host the congress in 2009, with other countries originally bidding for the event including the Czech Republic, Italy, France, Spain and Mexico. The event was previously held just twice in Asia, in Japan and India.
4. In 2006, TCEB placed a bid for Thailand to host The Rotary International Convention 2012. Also participating in the bidding process were Australia (Sydney), and Malaysia (Kuala Lumpur). Thailand eventually won the right to host the convention in 2012.
5. In 2006, TCEB also won a bid for Thailand to host the Herbalife USA Incentive Travel group of 18,000 delegates. The achievement has led to recognition from international MICE communities, who now view Thailand as a leading international MICE destination.

Winning bids and the right to host major MICE activities – up to four events a year – has helped Thailand write a new chapter for the meetings, incentives, conventions and exhibitions industry, while putting Thailand on the world's MICE map, register TCEB as a key player in the industry with its mission to spearhead the global MICE industry.

3. ในปี พ.ศ. 2548 สสพ. เสนอตัวให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงานประชุมวิชาการระดับโลทางด้านประสาทวิทยาครั้งที่ 19 (The 19th World Congress of Neurology) โดยความร่วมมือกับสมาคมประสาทวิทยาแห่งประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยชนะการประมูลสิทธิ์ในการจัดงานชนะคู่แข่งจาก 5 เมืองได้แก่ เช็ก อิตาลี ฝรั่งเศส สเปน และเม็กซิโก โดยการประชุมครั้งนี้ถือเป็นครั้งที่ 3 ในทวีปเอเชีย หลังจากที่เคยจัดมาแล้ว 2 ครั้ง ในประเทศญี่ปุ่น และอินเดีย โดยการประชุมจัดขึ้นในปี พ.ศ.2552
4. ในปี 2549 สสพ. เสนอตัวเป็นเจ้าจัดงาน The Rotary International Convention 2012 ประมูลสิทธิ์แข่งขันกับ นครซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย และกรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทย ชนะการประมูลสิทธิ์ได้รับการคัดเลือกเป็นเจ้าภาพจัดงานในปี พ.ศ.2555
5. ในปี 2549 สสพ. ยังสามารถประมูลสิทธิ์ให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงาน Herbalife USA ซึ่งเป็นการจัดงานในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมงานถึง 18,000 คน นับเป็นความสำเร็จชิ้นสำคัญที่ทั่วโลกต้องหันกลับมามองประเทศไทยอีกครั้งหนึ่งให้มีความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานอื่นในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

จากการชนะการประมูลสิทธิ์ในงานประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ และเป็นเสาหลักของอุตสาหกรรม 4 งานซ้อนในแต่ละปี ถือเป็นการเปิดศักราชหน้าใหม่ของวงการอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศไทยในเวทีนานาชาติเป็นอย่างสูง และสร้างความสนใจให้แก่ประเทศไทยในเวทีโลกได้เป็นอย่างดี ตลอดจนเป็นการแนะนำสสพ. และนโยบายเชิงรุกของประเทศไทยที่จะก้าวสู่เวทีการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลกอย่างเต็มกำลัง

Stage 2 : 2007 – 2009

Organisational development towards excellence

Following the successful introduction of Thailand through strategic bidding initiatives, which resulted in several consecutive international MICE event wins, TCEB was firmly establishing Thailand as a leading destination for MICE events. In a move towards sustainable and pragmatic excellence, TCEB shifted focus to the fundamentals of efficient organisational management both in terms of policy and operation, in order to raise the country's competitive position to be in line with Hong Kong, Singapore and South Korea. The bureau underwent a re-positioning to become a centre for connecting MICE entrepreneurs, allowing higher efficiency and laying the foundation for information technology development by implementing a web portal as a comprehensive database for international MICE businesses.

Under a three-year strategic development plan and its vision to drive Thailand 'as a regional hub for MICE events in Southeast Asia by 2009', TCEB prioritized an aggressive marketing approach, which included expansion of MICE promotion to other major cities throughout the country, acquiring more international representatives in every region, and collaboration with universities and training bodies to increase MICE capabilities development. In addition, the bureau also restructured to add departments responsible for marketing, government affairs, and MICE intelligence. The three-year strategic development plan for the MICE industry (2007-2009) covered the following strategic frameworks:



ระยะที่ 2 : พ.ศ. 2550 – 2552

พัฒนาจัดระบบองค์กร ก้าวสู่ความเป็นหนึ่ง

ภายหลังจากความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ในการแนะนำประเทศไทยผ่านกลยุทธ์การประมูลสิทธิ์ชิงกลยุทธ์ที่เน้นการดึงดูดงานสำคัญขนาดใหญ่ในระดับนานาชาติมาได้อย่างต่อเนื่อง และสร้างกระแสให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายแห่งใหม่สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ประชาคมโลกหันมาจับตา และเป็นกลายเป็นสถานที่แห่งใหม่ที่นานาชาติประเทศให้ความสนใจในการเข้ามาจัดงานไมซ์

และเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืนและมีแบบแผน ในระยะต่อมา สสพ.จึงหันกลับมามุ่งเน้นการวางรากฐานการพัฒนา การจัดระบบการบริหารจัดการขององค์กรให้มีความคล่องตัว ทั้งในเชิงนโยบายและในภาคปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยเพื่อก้าวสู่ความเป็นหนึ่งเทียบเท่ากับประเทศ ฮองกง สิงคโปร์ และเกาหลีใต้ โดยปรับกระบวนการทำงานปรับภาพลักษณ์ วางบทบาทใหม่ในการเป็นศูนย์กลางในการประสานระหว่างผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมให้มีความคล่องตัว เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ และวางรากฐานการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศโดยในระยะแรกเริ่มต้นจากการสร้าง Web Portal เพื่อเป็นศูนย์รวมของอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างประเทศ

สสพ. ได้เตรียมแผนกลยุทธ์ระยะ 3 ปี ภายใต้วิสัยทัศน์การดำเนินงาน “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ภายในปี พ.ศ. 2552” โดยมุ่งเน้นการตลาด เชิงรุก จัดทำแผนงานขยายงานประชุม และนิทรรศการไปยังต่างจังหวัดและหัวเมืองใหญ่ การขยายบริษัทตัวแทนในต่างประเทศเพิ่มเติมให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค และการขยายความร่วมมือร่วมกับมหาวิทยาลัยและองค์กรจัดฝึกอบรมในการพัฒนาบุคลากรไทย พร้อมปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรโดยเพิ่มเติมฝ่ายที่ดูแลรับผิดชอบด้านการตลาด การประสานงานรัฐบาล ฝ่ายฐานข้อมูล เครือข่ายการประชุม พร้อมปรับโดยในแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการระยะ 3 ปี พ.ศ.2550 – 2552 ได้วางกรอบและกลยุทธ์การดำเนินงานดังนี้

- ▲ **Strategy 1**
Develop MICE professionals and entrepreneurs
- ▲ **Strategy 2**
Leverage technology and management capabilities
- ▲ **Strategy 3**
Create a suitable environment to promote the MICE industry
- ▲ **Strategy 4**
Expand marketing opportunities for the MICE industry
- ▲ **Strategy 5**
Integrate a comprehensive MICE industry

During the first year, according to its strategic development plan in 2007, TCEB synergized the five strategies to set a collaborative framework between TCEB and stakeholders, highlighting three key corporate strategies including the WIN strategy – focusing on winning bids for major events to be held in Thailand; the PROMOTE strategy – portraying a positive ‘Thailand’ brand image to target groups domestically and internationally; and the DEVELOP strategy – highlighting leveraging alliances among public and private sector players, together with driving the industry’s competitive edge with capabilities development, standardization, rules and regulations. These three corporate strategies continue to play an important role in shaping TCEB’s operations.

- ▲ **กลยุทธ์ที่ 1**
การพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์
- ▲ **กลยุทธ์ที่ 2**
ยกระดับขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีและการจัดการ
- ▲ **กลยุทธ์ที่ 3**
สร้างสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
- ▲ **กลยุทธ์ที่ 4**
ขยายโอกาสทางการตลาดในอุตสาหกรรมไมซ์
- ▲ **กลยุทธ์ที่ 5**
บูรณาการกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ให้ครบวงจร

ภายในปีแรกของการดำเนินงานตามแผนงาน (พ.ศ.2550) สสพ.ได้นำกลยุทธ์เชิงนโยบายทั้ง 5 กลยุทธ์ มาขยายผลสู่การกลยุทธ์แห่งการปฏิบัติเพื่อเป็นกรอบ และแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกันระหว่าง สสพ. และหน่วยงานทุกภาคส่วน โดยมี 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การจัดงาน (WIN) ที่มุ่งเน้นดำเนินงานด้านการขายเชิงรุกในการประมูลสิทธิ์ และ ดึงการจัดงานไมซ์เข้ามาจัดในประเทศไทย กลยุทธ์การสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ (PROMOTE) มุ่งเน้นการเร่งประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นเป้าหมายหลักของการธุรกิจไมซ์ ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ และกลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนา (Develop) มุ่งส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ร่วมกันและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยเฉพาะด้านการพัฒนาบุคลากร กำหนดมาตรฐาน รวมทั้งการปรับปรุงกฎระเบียบ และข้อปฏิบัติต่างๆ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ง่ายต่อการปรับใช้ และให้ผลลัพธ์เชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพและเสมือนหนึ่งเป็นกลยุทธ์ต้นแบบในการดำเนินงานของ สสพ. เรื่อยมาตราบจนกระทั่งปัจจุบัน

Most importantly, 2007 marked “The Celebrations on the Auspicious Occasion of His Majesty the King's 80th Birthday Anniversary”, and TCEB joined forces with allies within the tourism industry, including the Tourism Authority of Thailand (TAT), Thai Airways International PLC and Thailand Tourism Council to organise a special travel campaign showcasing Royal Initiatives Projects (Perd Thong Lung Phra – Tong Tiew Sueb Sarn Krong Karn Phra Ratcha Damri). The initiative aimed at encouraging Thai and foreign tourists to participate first-hand in edu-tourism experiences, which can be applied to daily life. 19 among more than 4,000 Royal Initiatives Projects were most suitable to accommodate MICE travellers. Well received by the target audiences as well as the general public, the Thai cabinet approved the establishment of the Royal Initiatives Discovery Foundation (RIDF) and the Royal Initiative Discovery Institute Office by the Secretary-General of the Prime Minister's Office on 24 November 2009. The foundation was registered on 20 January 2010.

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2550 ถือเป็นปีมหามงคล ซึ่งเป็นปีแห่งการเฉลิมฉลองที่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 80 พรรษา สสพ. จึงได้ ร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดตั้งโครงการ “เปิดทองหลังพระ-ท่องเที่ยวสืบสานโครงการพระราชดำริ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ทัศนศึกษาในเชิงการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ตรงเพื่อให้เกิดแนวคิดที่สามารถนำไปเป็นแนวทางเพื่อปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยคัดเลือกโครงการพระราชดำริต่างๆ ที่กระจายอยู่ทั่วภูมิภาคของประเทศกว่า 4,000 โครงการ คัดเลือก 19 โครงการที่มีความพร้อมในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มการจัดการประชุม และการดำเนินงานภายใต้โครงการประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี และ ขยายผลสู่ชุมชนอย่างกว้างขวาง ดังนั้นคณะรัฐมนตรี จึงได้มีมติในการประชุม เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 เห็นชอบให้สำนักงานสำนักปลัดนายกรัฐมนตรี ดำเนินการจัดตั้ง “มูลนิธิเปิดทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ” และสถาบันส่งเสริมพัฒนากิจกรรมเปิดทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ” และได้มีการจดทะเบียนจัดตั้งมูลนิธิ เมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2553



Stage 3 : 2010 – 2011

‘Believe in Thailand’ Strategic Communications reaffirms confidence in Thai MICE sector

Stage 3 of the bureau’s corporate development plan presented TCEB and Thailand’s MICE industry with great challenges because of the prolonged political unrest since 2008, when the People's Alliance for Democracy (PAD) started their political movements, leading to the seizure of the Suvarnabhumi International Airport, Phuket International Airport, and Krabi International Airport. The political impact lingered into the first quarter of 2009. Later in the second quarter of 2009, the United Front of Democracy Against Dictatorship (UDD) rallied across the major the country’s capital city, and other tourist destinations. In addition, UDD continued to cause disruption to major events and activities throughout the year, including the 14th ASEAN Summit. The situation worsened when government troops and the UDD clashed in a confrontation. The event led to a decline of the MICE industry by 17 per cent, losing over THB13.5 billion revenue. TCEB then met with key representatives from the private sector to seek an effective recovery plan.

Framework 1:

Under the 2010 fiscal year budget of THB200 million, TCEB proposed an urgent MICE recovery measure to reinvigorate the country’s positive image, creating marketing opportunities in the short, medium, and long term.

ระยะที่ 3 : พ.ศ. 2553 – 2554

Believe in Thailand สื่อสารเชิงกลยุทธ์ พลิกวิกฤตการเมือง ฟื้นความเชื่อมั่น

ในระยะที่ 3 ถือเป็นช่วงปีแห่งความท้าทายแห่งการดำเนินงานของสสพ. และอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย สืบเนื่องจากผลกระทบทางการเมืองภายในประเทศที่ต่อเนื่อง และยืดเยื้อมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 ที่กลุ่มพันธมิตรเริ่มมีการเคลื่อนไหวทางการเมืองตั้งแต่ต้นปี จนนำมาสู่การชุมนุมปิดสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินนานาชาติ จังหวัดภูเก็ต และสนามบินนานาชาติ จังหวัดกระบี่ ซึ่งส่งผลกระทบทางลบต่อเนื่องมาอยู่ไตรมาส 1 ของปี พ.ศ.2552 ต่อมาในไตรมาสที่ 2 ของปี 2552 อุตสาหกรรมไมซ์ยังถูกซ้ำเติมด้วยการชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ที่รวมตัวปิดสกัดพื้นที่จราจรที่สำคัญของกลุ่มเที่ยว และจังหวัดท่องเที่ยวหลัก รวมทั้งเคลื่อนที่ไปกำลังทำลายการประชุมอาเซียน ครั้งที่ 14 และความเคลื่อนไหวและชุมนุมทางการเมืองดังกล่าว ก่อตัวสถานการณ์คุกรุ่นต่อเนื่องตลอดปี และในปี พ.ศ. 2553 สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศถึงจุดวิกฤตเมื่อเกิดเหตุการณ์เผาเมืองในกรุงเทพมหานครส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์หดตัวลงถึงร้อยละ 17 และสูญเสียรายได้จากเป้าหมายการณีกว่า 13,500 ล้านบาท

สสพ. จึงเร่งหาวิธีระดมความเห็นร่วมกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรมประเทศเพื่อร่วมกันสรุปแนวทางมาตรการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์จากผลกระทบเชิงวิกฤตการณ์ทางการเมือง ประกอบด้วย

แผนงานที่ 1

การดำเนินงานภายใต้งบประมาณประจำปีงบประมาณ 2553 ของสสพ. จำนวน 200 ล้านบาท โดยมีกลยุทธ์หลักคือ การเสนอมาตรการแก้ปัญหาอุตสาหกรรมไมซ์เร่งด่วน สร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อการขายและการฟื้นฟูภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

Framework 2:

Seeking approval of an emergency budget of THB200 million, from the ‘Central Budget for Cases of Emergency and Necessity’ to operate in accordance with the MICE recovery plan which included;

1. MICE entrepreneur support measures to the value of THB110 million, including many programmes such as subsidies for group visitors attending MICE events in Thailand, road shows with government agencies, the national economic team and/or cabinet communicating the importance of MICE promotion to economic development, and insurance for events postponed due to unpreventable causes.
2. Overall MICE recovery measures, with a budget of THB90 million, to re-invigorate awareness of Thailand’s positive image, to communicate clear reaffirming messages to decision makers to choose Thailand as a destination for MICE events, and invitations for PMOs to have their events in Thailand.

Framework 3:

Seeking collaboration from all public sector stakeholders including ministries, state agencies and enterprises to propose hosting international meetings in Thailand, to showcase the country’s readiness and regain confidence from international communities. They were also advised to consider budget allocation to host MICE activities, as well as seek approval for additional budget in 2011.

Framework 4:

Seeking collaboration from all public sector stakeholders overseas to help communicate a correct and updated single message and assigning the Ministry of Foreign Affairs together with the Public Relations Department to be key drivers in developing a web portal in Thai and key foreign languages. The comprehensive information platform provided vital information for travellers, MICE entrepreneurs, and the general public, assisting decision makers choosing Thailand for their MICE events, as well as helping to reinvigorate the country’s image and MICE sector.

แผนงานที่ 2

การขอสนับสนุนงบประมาณฉุกเฉินเร่งด่วนเพิ่มเติมในวงเงิน 200 ล้านบาทจากงบกลางรายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็นปีงบประมาณ 2553 เพื่อ ดำเนินการโครงการตามแผนฟื้นฟูและเยียวยาอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้แผนฟื้นฟู ดังกล่าวประกอบด้วย

1. มาตรการเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรงในวงเงิน 110 ล้านบาท เพื่อให้การสนับสนุนชดเชยสำหรับคณะผู้เดินทางเข้ามาประชุมและท่องเที่ยว การออกโรดโชว์ ร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐ ทีมเศรษฐกิจ และ/หรือคณะรัฐมนตรี เพื่อสื่อความสำคัญของการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ และกระตุ้นเศรษฐกิจ การทำประกันการจัดงานที่ยกเลิกด้วยเหตุสุดวิสัยสำหรับนักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์
2. มาตรการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม 90 ล้านบาท อาทิ การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศ การเผยแพร่ข่าวสารที่ถูกต้องเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนิทรรศการ รวมถึงโครงการให้การสนับสนุนเพื่อการเชิญผู้จัดงานประชุมเดินทางมาจัดในประเทศไทย

แผนงานที่ 3

การขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐทุกกระทรวง ทบวง กรม และรัฐวิสาหกิจ ในการดำเนินการเสนอตัวให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ หรือสนับสนุนให้มีการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย เพื่อแสดงความพร้อมของประเทศและเรียกความเชื่อมั่นในประเทศไทยจากนานาชาติกลับมา อันจะเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ โดยให้หน่วยงานภาครัฐพิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานดังกล่าว และเสนอขอตั้งงบประมาณเพิ่มเติมสำหรับปีงบประมาณ 2554

แผนงานที่ 4

การขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศ ชี้แจงข่าวสารของประเทศไทย ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีเอกภาพและบูรณาการทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งพิจารณามอบหมายกระทรวงการต่างประเทศ ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการจัดทำเว็บไซต์กลางทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ที่สำคัญเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทย เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับนักเดินทาง และผู้ประกอบการกลุ่มไมซ์ และชาวต่างชาติทั่วไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทาง รวมถึงการฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศ และอุตสาหกรรมไมซ์โดยรวม

Framework 5:

For Domestic MICE support, TCEB initiated the 'Meeting in Thailand' campaign and strategic measures to revive the domestic MICE sector through short term marketing promotions to boost spending and drive the local economy.

In addition, during 2010-2011, highlighted projects under TCEB's direction included;

1. The 'Believe in Thailand' International Marketing Campaign to help boost international confidence in Thailand's MICE industry.
2. 'Creative MICE' Domestic Marketing Communication aimed at inspiring imagination to use areas throughout the country as creative MICE venues, with support from experts from the creativity management industry.
3. Development of a white paper to announce the mutual objectives of developing the Thai MICE sector, considered the first roadmap for Thailand. With strong support from stakeholders, TCEB committed to laying solid foundations to allow for growth of the burgeoning industry. The paper also served as a springboard into the next stage of the flourishing economy and sustainable development.
4. Proposal for Thailand's bid to host the World Expo 2020, in accordance with Cabinet approval on 24 August 2009, which assigned the Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB to raise public awareness about the World Expo and Thailand's bid.

แผนงานที่ 5

เพื่อเป็นการเยียวยาและช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางการเมือง สสพ. ได้เสนอรายละเอียดโครงการและมาตรการเกี่ยวกับการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศภายใต้โครงการประชุมเมืองไทยภูมิใจ ช่วยชาติ อันเป็นการช่วยเร่งรัดและกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศ และการหมุนเวียนเงินตรา ในภาคบริการระยะสั้น

นอกจากนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2554 สสพ. ได้ดำเนินโครงการและกิจกรรมเด่นๆ สำคัญตามแนวทางดังกล่าวนี้

1. แคมเปญสื่อสารการตลาดต่างประเทศ Believe in Thailand หรือโครงการมั่นใจเมืองไทย พร้อม เพื่อเรียกคืนความเชื่อมั่นต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย
2. แคมเปญสื่อสารการตลาดในประเทศ “Creative MICE พลิกฟื้นเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์” ภายใต้แนวคิด “พลิก สร้าง แปลง เปลี่ยน” หวังสร้าง แรงบันดาลใจให้ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ เป็นพื้นที่จัดงานประชุมสัมมนา โดยความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมธุรกิจการจัดงานสร้างสรรค์ เพื่อประยุกต์ความคิดสร้างสรรค์สู่การจัดงานไมซ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจเข้าสู่ประเทศ
3. การจัดทำ White Paper เจตนารมณ์ร่วมของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ซึ่งเป็นโรดแมปสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ฉบับแรกของประเทศไทย โดยร่วมกับหน่วยงานทุกภาคส่วน เพื่อวางรากฐานที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ และเป็นแนวคิดของการบริหารและการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมไมซ์ในระยะต่อไป เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสู่การเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืน
4. การจัดทำโครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 โดยตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2553 เห็นชอบให้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือสสพ. เป็นผู้ดำเนินการ ประชาสัมพันธ์โครงการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ของประเทศไทย โดย สสพ. ได้รับแนวนโยบายโดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ โครงการอย่างต่อเนื่องเป็นต้นมา

Stage 4 : 2012 – 2016

Strengthening collaboration for free flow of trade within the AEC

Committed to driving and providing much needed support for the MICE industry, TCEB fulfilled its mission to leverage Thailand’s position as a regional MICE leader by 2009 proven by recognition by prestigious organisations.

Year	Accolade	By
2005	1 st in ASEAN in Estimated Exhibition Sales Revenue	UFI
2005	1 st in ASEAN in Estimated Net Square Metres Sold	UFI
2006	1 st in ASEAN in Total Gross Indoor Size	UFI
2006	IMPACT Ranked 1 st in ASEAN in Total Gross Exhibition Space	UFI
2006	1 st in ASEAN in total participants in International conventions (Previously 3rd in ASEAN, and 8th in Asia in 2005)	ICCA
2006	2 nd in ASEAN (after Singapore) in Total International Conventions Held (Previously 3rd in ASEAN, and 6th in Asia in 2005)	ICCA
2006	2 nd in ASEAN (after Singapore) in total participants in international conventions in a city	ICCA
2006	2 nd in ASEAN (after Singapore) in total international conventions in a city	ICCA

ระยะที่ 4 : พ.ศ. 2555 – 2559

เสริมจุดแข็ง ผนึกกำลังทุกภาคส่วนรับมือ AEC พร้อมสู่ศักราชการค้าเสรี

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สสบน. มีบทบาทในการขับเคลื่อน ส่งเสริม และสนับสนุนให้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยเติบโตอย่างเข้มแข็ง และสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ยกระดับให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาคอาเซียนได้ สำหรับภายในปี พ.ศ. 2552 โดยมีการจัดอันดับโดยหน่วยงานและสมาคมนานาชาติ เป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จ ดังนี้

ปี	รางวัลแห่งความสำเร็จ	จัดทำโดย
2548	ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 1 ของอาเซียนในด้านรายได้จากงานแสดงสินค้านานาชาติ (Estimated Exhibition Sales Revenue) (ไม่มีข้อมูลในปีพ.ศ. 2548)	UFI
2548	ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 1 ของอาเซียนในด้านจำนวนการขายพื้นที่ (Estimated Net Square Metres Sold)	UFI
2549	ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 1 ของอาเซียนในด้านขนาดพื้นที่ของศูนย์แสดงสินค้า (Total Gross Indoor Size)	UFI
2549	ศูนย์ประชุมอิมแพ็ค (IMPACT) อยู่ในอันดับที่ 1 ของอาเซียนในด้านขนาดพื้นที่การแสดงสินค้า (Total Gross Exhibition Space)	UFI
2549	ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 1 ของอาเซียนด้านจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ (จากเดิมอยู่อันดับที่ 3 ของอาเซียน และ อันดับที่ 8 ของเอเชีย เมื่อปีพ.ศ. 2548)	ICCA
2549	ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 2 ของอาเซียน (รองจากสิงคโปร์) ในด้านจำนวนการประชุมนานาชาติ (จากเดิมอยู่อันดับที่ 3 ของอาเซียน และอันดับที่ 6 ของเอเชีย เมื่อปีพ.ศ. 2548)	ICCA
2549	กรุงเทพฯ อยู่ในอันดับที่ 2 ของอาเซียน (รองจากสิงคโปร์) ในด้านจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ	ICCA
2549	กรุงเทพฯอยู่ในอันดับที่ 2 ของอาเซียน (รองจากสิงคโปร์) ในด้านจำนวนการประชุมนานาชาติ	ICCA

Highlighting the success of operating under its vision to position Thailand as a regional hub for MICE, TCEB continued to place importance on laying solid foundations for a sustainable MICE industry by continuing to collaborate with the private sector. Following the completion of the development of the MICE Industry Roadmap, TCEB has put in place a 5-year strategic master plan, in line with the 11th National Economic and Social Development Plan (2012 – 2016), taking direct aim at the continued growth and development of creative and rewarding business events in Thailand, while preparing for the forthcoming ASEAN Economic Community in 2015. The regional integration will help stimulate and attract investment within the MICE industry domestically and regionally, both in the service and manufacturing sectors. The bureau has shifted its paradigm towards propelling Thailand to become the regional hub for MICE in Asia by 2016, and has defined key strategies to accomplish its goal.

WIN more bids for international MICE events in Thailand

Strategy 1: Consolidate existing markets and expand to new target markets.

PROMOTE Thailand as an ideal business destination

Strategy 2: Establish Thailand as the “Top of Mind” MICE destination in Asia.

DEVELOP Thailand's potential for unique, truly memorable events

Strategy 3: Enhance growth of the domestic MICE market.

Strategy 4: Develop various “MICE Cities” to establish Thailand as a regional leader in the industry.

Strategy 5: Differentiate Thailand's MICE market and add value through creativity and ingenuity.

Strategy 6: Develop a robust MICE infrastructure to maintain international competitiveness.

Strategy 7: Strengthen the MICE professional network at both the local and international levels.

Strategy 8: Broaden the role and enhance the potential of TCEB at home and abroad.

หลังจากที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินตามเป้าหมายในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาคอาเซียนได้ตามพันธกิจเป็นที่เรียบร้อย และสสพ. ยังเล็งเห็นความสำคัญของการวางรากฐานอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้แข็งแกร่ง ด้วยการร่วมทำงานกับภาคเอกชนวางแผนพัฒนารัฐกิจไมซ์อย่างต่อเนื่อง และหลังจากที่ได้จัดทำ “โรดแมปอุตสาหกรรมไมซ์” ร่วมกับภาคเอกชนเสรีจสมบุนัน จึงได้นำมาต่อยอดสู่การวางแผนแม่บทระยะยาวเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระยะ 5 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับ 11 (พ.ศ. 2555-2559) มุ่งเน้นเพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในอนาคต รวมทั้งเพื่อเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่ม ประชาคมอาเซียนในปีพ.ศ. 2558 ที่จะกระตุ้นและดึงดูดให้เกิดการลงทุนของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ และในภูมิภาคทั้งในภาคการบริการและภาคการผลิต โดยมุ่งเป้าหมายสู่วิสัยทัศน์เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย ปี พ.ศ. 2559 โดยมีการพัฒนายุทธศาสตร์การดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์หลัก ได้แก่

กลยุทธ์การดึงงานเข้าประเทศ (WIN)

ยุทธศาสตร์ที่ 1: รักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมาย

กลยุทธ์การส่งเสริม (PROMOTE)

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย

กลยุทธ์การพัฒนา (DEVELOP)

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การสนับสนุนอุตสาหกรรม D-MICE ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 4: การพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดการงานไมซ์ในภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 5: การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 6: การพัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 7: การเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 8: การยกระดับศักยภาพและบทบาทของ สสพ.



MICE Industry Towards The National Economy

Today, efforts to drive the MICE industry have been recognized by all relevant stakeholders from the public and private sectors, government agencies, and educational institutes, realizing the importance and socio-economic, environmental and population benefits.

Year	MICE Travellers (pax)	MICE Revenue
2003	430,075	31,798 THB million
2004	582,392	40,586 THB million
2005	901,825	66,602 THB million
2006	744,101	59,735 THB million
2007	821,892	61,570 THB million
2008	686,609	53,714 THB million
2009	679,585	53,515 THB million
2010	840,054	70,625 THB million
2011	895,224	79,770 THB million

อุตสาหกรรมไมซ์ ผลกำไรสู่เศรษฐกิจชาติ

ตราบจนถึงทุกวันนี้การดำเนินธุรกิจบนถนนสายไมซ์ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาคส่วนต่างๆ มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานราชการ องค์กรอิสระ และภาคการศึกษา ถึงความสำคัญและผลประโยชน์ในมิติด้านต่างๆ ต่อประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านประชากร

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์	รายได้ไมซ์
2547	430,075	31,798 ล้านบาท
2548	582,392	40,586 ล้านบาท
2549	901,825	66,602 ล้านบาท
2550	744,101	59,735 ล้านบาท
2551	821,892	61,570 ล้านบาท
2552	686,609	53,714 ล้านบาท
2553	679,585	53,515 ล้านบาท
2554	840,054	70,625 ล้านบาท
2555	895,224	79,770 ล้านบาท

Thai MICE sector, TCEB helped stimulate the growth of the MICE industry from 2004 – 2012 by 73.7 percent in terms of visitors, and 150.86 per cent by revenue. In total, Thailand has welcomed 8,075,901 MICE travellers, earning the Thai economy a total of THB517,915 million, or an average of 731,306 visitors and THB54,768 million per year.

Industry	MICE Travellers (pax)	MICE Revenue (THB million)
Meetings	1,970, 877	161,086
Incentives	1,523,011	89,679
Conventions	1,816,443	168,294
Exhibitions	1,271,426	98,857

By industry, corporate meetings accounted for the highest share at 29.94 per cent, followed by international conventions (27.60 per cent), incentive travel (23.14 per cent) and international exhibitions (19.32 per cent).

Thailand began to compile numbers for MICE activities in 2007. From 2007 – 2012, Thailand hosted a total of 38,414 MICE events, of which 14,168 were corporate meetings, 9,887 incentive travel groups, 13,838 international conventions, and 522 international exhibitions. The average spending for an international MICE visitor per trip was THB12,742.70. Exhibition travellers posted the highest spending per trip at THB15,506.50, followed by corporate meetings and incentive travel groups (THB13,143.73), and international conventions (THB12,509.70). The average stay per trip was 6.67 days, while international convention visitors stayed longest at 7.18 days, followed by international exhibitions (6.46 days), corporate meetings (5.41 days) and incentive travel groups (5.09 days).

ตลอดเส้นทางแห่งธุรกิจไมซ์ หากวัดในเชิงตัวเลข ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 – 2555 สสพ. สามารถกระตุ้นให้อุตสาหกรรมไมซ์ของไทย เติบโตอย่างต่อเนื่อง นับจากปีพ.ศ. 2547 ถึงร้อยละ 73.7 และในด้านจำนวนรายได้เติบโตสูงถึง 150.86 ซึ่งนำนักเดินทางธุรกิจเดินทางเข้ามาจัดงานไมซ์ในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 8,075,901 คน คิดเป็น มูลค่าทางเศรษฐกิจจำนวนทั้งสิ้น 517,915 ล้านบาท หรือคิดในอัตราเฉลี่ยปีละประมาณ 54,768 ล้านบาท 731,306 คน

อุตสาหกรรม	จำนวนนักเดินทางธุรกิจ (คน)	จำนวนรายได้ (ล้านบาท)
การประชุมองค์กร	1,970, 877	161,086
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	1,523,011	89,679
การจัดประชุมนานาชาติ	1,816,443	168,294
การแสดงสินค้านานาชาติ	1,271,426	98,857

หากมองในรายอุตสาหกรรมไมซ์ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการประชุมองค์กร เป็นอุตสาหกรรมที่ครองสัดส่วนสูงสุดในอัตราร้อยละ 29.94 ตามด้วย อุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และอุตสาหกรรม การแสดงสินค้านานาชาติ โดยมีส่วนแบ่งร้อยละ 27.60, 23.14 และ 19.32 ตามลำดับ โดยสามารถสรุปตัวเลขจำนวนนักเดินทางธุรกิจ และรายได้แยกรายอุตสาหกรรม ในช่วงพ.ศ. 2547 – 2555

สำหรับในด้านของจำนวนงาน ประเทศไทยเริ่มสำรวจสถิติจำนวนการจัดงานไมซ์ในประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 เป็นต้นมา และในช่วงปี พ.ศ. 2550 - 2555 ประเทศไทยเจ้าภาพการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์มาแล้วทั้งสิ้น 38,414 งาน โดยแบ่งเป็นงานประชุมองค์กรทั้งสิ้น 14,168 งาน การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 9,887 งาน การจัดประชุมนานาชาติ จำนวน 13,838 งาน และงานแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 522 งาน โดยในภาพรวมอุตสาหกรรม นักเดินทางกลุ่มธุรกิจชาวต่างประเทศมีอัตราค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปทั้งสิ้น 12,742.70 บาท โดยอุตสาหกรรม การแสดงสินค้านานาชาติมีอัตราค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายสูงที่สุดจำนวน 15,506.50 บาท ตามด้วย อุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 13,143.73 บาท และอุตสาหกรรม การจัดประชุมนานาชาติ จำนวน 12,509.70 บาท โดยมีอัตราเฉลี่ยของการพำนักรของนักเดินทางธุรกิจเ็นภาพรวมทั้งอุตสาหกรรมทั้งหมด 6.67 วันต่อคน ต่อทริป โดยอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติมีอัตราการพำนักในประเทศไทย สูงที่สุดเฉลี่ย 7.18 วัน และการแสดงสินค้านานาชาติ อยู่ที่ 6.46 วัน และการประชุมองค์กรอยู่ที่ 5.41 วัน และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ที่ 5.09 วัน

Collaborative Network for Industry Success

Together with its proactive development plan, TCEB is also focused on leveraging collaboration with strategic counterparts locally and internationally, covering ASEAN, Asia, Europe, America and Australia. To establish alliances and bridge success through initiatives and programmes with the public sector, tourism and convention promotion organisations, associations, chambers of commerce and educational institutes, TCEB looked to integrate its operations to drive the Thai MICE sector forward through its WIN, PROMOTE, and DEVELOP strategies. Strong results have been achieved, especially in trade and investment, enabling Thailand to develop sustainably. Allies who have signed memorandums of understanding with TCEB include:

วางรากฐานเครือข่ายความร่วมมือ สู่สายใยแห่งความสำเร็จ

นอกเหนือจากการดำเนินงานเชิงรุก ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน ที่ผ่านมา สสปน. ยังได้มุ่งเน้น การดำเนินงานด้านการพัฒนาประสานความร่วมมือ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยความร่วมมือดังกล่าวครอบคลุมตั้งแต่ภูมิภาคอาเซียน เอเชีย ยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย เพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อดำเนินกิจกรรมความร่วมมือรูปแบบต่างๆ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐบาล องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจัดประชุม สมาคม หอการค้า สถาบันการศึกษา โดยมุ่งหวังการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันเพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการพัฒนา และสามารถต่อยอดขยายผลไปสู่การสร้างผลประโยชน์ให้แก่ประเทศไทยในด้านอื่นๆ อาทิ ด้านการค้า และการลงทุน เพื่อให้ประเทศไทยเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน โดยมีรายนามเครือข่ายพันธมิตรที่ได้ร่วมกันลงนามบันทึกความร่วมมือกับ สสปน. ดังนี้

Local Network

เครือข่ายภายในประเทศ

	Government Sector	Government Enterprises	City/Province		หน่วยงานรัฐบาล	หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ	เมือง / จังหวัด	
	Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce	Thai Airways International PLC	Bangkok		กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์	บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	กรุงเทพมหานคร	
	Department of Trade Negotiations, Ministry of Commerce	Thai Privilege Card Ltd	Chiang Mai		กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์	บริษัท ไทย พรีเมิเลจ การ์ด (จำกัด)	เชียงใหม่	
	Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports	Thailand Post Ltd	Phuket		กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	ภูเก็ต	
	Department of Skill Development, Ministry of Labour		Pattaya		กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน		เมืองพัทยา	
	Associations	Foundations/Funds	Chambers of Commerce		สมาคม	มูลนิธิ/กองทุน	หอการค้า	
	Thai Exhibition Association	Convention Promotion Fund	Thai Chamber of Commerce		สมาคมการแสดงสินค้าไทย	กองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ	หอการค้าไทย	
	Thailand Incentive and Convention Association	The Mae Fah Luang Foundation under Royal Patronage			สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย)	มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง		
	Event Management Association	The Lions Foundation in Thailand			สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน	มูลนิธิโลออนส์ประเทศไทย		
	Thailand Golf Association				สมาคมกอล์ฟแห่งประเทศไทย			
	Advertising Association of Thailand				สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย			
	Private Organizations				หน่วยงานภาคเอกชน			
	Krung Thai Bank PLC				ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)			
	World Sport Group Ltd				บริษัท เวิลด์ สปอร์ต กรุ๊ป จำกัด			
	World Explorer Ltd				บริษัท เวิลด์ เอ็กซ์พลอเรอร์ จำกัด			
	Expolink Global Network Ltd				บริษัทเอ็กซ์โป ลิงค์ โกลบอล เน็ตเวิร์ค			

Educational Institutes		
Uttaradit Rajabhat University	Creative Entrepreneurship Development Institute	Prince of Songkla University
Srinakharinwirot University	Phuket Rajabhat University	Rajamangala University of Technology Krungthep
University of the Thai Chamber of Commerce	Rajamangala University of Technology Rattanakosin (Wang Klai Kang Won)	Khon Kaen University
Dusit Thani College	Dhurakij Pundit University	Naresuan University
Stamford International University	Nation University	Maharakham University
Chiang Mai University	Mahidol University International College	Rangsit University
North Chiang Mai University	Sakonnakhon Rajabhat University	Chandrakasem Rajabhat University
Payap University	Dhonburi Rajabhat University	Nakhon Ratchasima Rajabhat University
Mae Fah Luang University	Bansomdejchaopraya Rajabhat University	Suan Dusit Rajabhat University
Chiang Mai Rajabhat University	International College, Suan Sunandha Rajabhat University	Muban Chom Bueng Rajabhat University
Siam University	Eastern Asia University	Walailak University
Kanchanaburi Vocational College	Pongsawadi Technological College	Rajamangala University of Technology Lanna
Maejo University	King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang	Chiang Rai University
Rajabhat Rajanagarindra University	Far Eastern University	Pibulsongkram Rajabhat University
Kasetsart University	Lampang Rajabhat University	

Local Network
(continue)

เครือข่าย
ภายในประเทศ (ต่อ)

สถาบันการศึกษา		
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต์	สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (วิทยาเขตวังไกลกังวล)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
วิทยาลัยดุสิตธานี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมป์ฟอร์ด	มหาวิทยาลัยเนชั่น	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	วิทยาลัยนานาชาติมหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันเกษม
มหาวิทยาลัยพายัพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
มหาวิทยาลัยสยาม	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
วิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรี	วิทยาลัยเทคโนโลยีพงษ์สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
มหาวิทยาลัยแม่โจ้	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	

International Network

เครือข่ายระหว่างประเทศ

	Foreign Government Agency	Federations/Chambers of Commerce		หน่วยงานรัฐบาลในต่างประเทศ	สมาคมการค้า/ หอการค้า	
	VIETRADE – Vietnam Trade Promotion Agency	LNCCI – The Lao National Chamber of Commerce and Industry		VIETRADE – Vietnam Trade Promotion Agency	LNCCI – The Lao National Chamber of Commerce and Industry	
	CCPIT - China Council for the Promotion of International Trade	VCCI – Vietnam Chamber of Commerce and Industry		CCPIT - China Council for the Promotion of International Trade	VCCI – Vietnam Chamber of Commerce and Industry	
	TAITRA – Taiwan External Trade Development Council	Thai – Russian / Russian – Thai Business Council		TAITRA – Taiwan External Trade Development Council	Thai – Russian / Russian – Thai Business Council	
	DGNED - Directorate General for National Export Development			DGNED - Directorate General for National Export Development		
	Tourism and Convention Promotion Organisations	Associations		องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจัดประชุม	สมาคม	
	Barcelona Convention Bureau	Korea Exhibition Organizer’s Association		Barcelona Convention Bureau	Korea Exhibition Organizer’s Association	
	Seoul Tourism Organization			Seoul Tourism Organization		
	Osaka Convention and Tourism Bureau			Osaka Convention and Tourism Bureau		
	Sendai Convention and Tourism Bureau			Sendai Convention and Tourism Bureau		
	Fukuoka Economic Exchange and Tourism			Fukuoka Economic Exchange and Tourism		
	Sapporo International Communication Plaza Foundation			Sapporo International Communication Plaza Foundation		

International Network (continue)

Educational Institutes	Private Organisations
Kyung Hee University	TTG Asia Media - Singapore
Hallym University of Graduation Studies	

The signing of memorandums of understanding with all strategic networks of allies reflects TCEB’s commitment to the promotion of the Thai MICE sector, together with the building of a wider network paving the way for MICE entrepreneurs amidst fierce competition. Network development has become crucial role for TCEB in driving strategic partnerships and connecting MICE businesses to the sustainability of Thailand, now and into the future.

เครือข่ายระหว่างประเทศ (ต่อ)

สถาบันการศึกษา	หน่วยงานภาคเอกชน
Kyung Hee University	TTG Asia Media - Singapore
Hallym University of Graduation Studies	

การลงนามความร่วมมือดังกล่าวข้างต้นเป็นเครื่องยืนยันความอุตสาหกรรม และความมุ่งมั่นในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยไปพร้อมๆ กับการเร่งขยายเครือข่ายพันธมิตรสร้างถนนสายไมซ์ ปูทางการดำเนินธุรกิจให้แก่หน่วยงานภาคเอกชนท่ามกลางกระแสการแข่งขันที่นับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือจึงเป็นอีกหนึ่งบทบาทใหม่ที่ สสพ. จะเร่งพัฒนาและประสานการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานภาคส่วนต่างๆ ให้มากขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานตามรอยทางแห่งไมซ์สามารถเชื่อมต่อและร้อยสายใยแห่งความยั่งยืนสู่ประเทศไทยในอนาคต

MICE INDUSTRY OVERVIEW 2013



Overview of Thailand's MICE industry in 2013

TCEB strives to further develop the prosperity of the fast growing MICE industry, and welcome high quality MICE travellers. Attracting such a calibre of traveller is in line with the government's efforts to promote high potential markets to achieve tourism revenue of THB 2 trillion. Helping to achieve this, TCEB continues to execute and implement development and promotional campaigns targeting both domestic and international markets, while revving up the industry's capabilities for MICE professionals and industry standards to meet global demand. In 2013, driven by a major rebranding and strategic repositioning of the organisation to drive the buoyant industry as a growth driver, the bureau shifted its focus towards stimulation of creative leadership, fostering new partnerships, strengthening human resource capacity, and raising the calibre of MICE professionals in Thailand in line with global expectations.

Enhancing the global visibility of the Thailand brand in 2013 under three key strategies including WIN, PROMOTE, and DEVELOP – which unite government, private, and all relevant stakeholders – Thailand successfully welcomed 1,013,502 international MICE travellers, representing 13.21 per cent growth from 2012, and generating a total of THB 88,485 million, up 10.93 per cent from 2012, exceeding both visitor number and revenue targets.

ภาพรวมอุตสาหกรรม การจัดประชุมและแสดงสินค้า ของประเทศไทยปี พ.ศ. 2556

สสพ. มุ่งมั่นพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์และนำนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ซึ่งนับเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงสอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมตลาดคุณภาพ และเสริมสร้างรายได้ผ่านการท่องเที่ยวจำนวน 2 ล้านล้านบาท สสพ. ได้ดำเนินกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ทั้งการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งด้านบุคลากรไมซ์ และการสร้างมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลกให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยทัดเทียมนานาชาติ และในปีพ.ศ. 2556 สสพ. ได้ยกระดับการดำเนินงานขององค์กรเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้ขับเคลื่อนการเติบโตให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์หรือ Growth Driver จนนำมาสู่การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร และได้เริ่มดำเนินการนับตั้งแต่ช่วงปลายปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา โดยการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญนี้ สสพ. ได้ปรับกระบวนการดำเนินงานที่มุ่งเน้น การบริหารงานองค์กรเชิงระบบ ปรับกระบวนการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงกลยุทธ์ และวางรากฐานแนวทางส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วน

ภายใต้การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของสสพ. ด้วยกลยุทธ์ด้านการดึงดูด (WIN) การส่งเสริม (PROMOTE) และ การพัฒนา (DEVELOP) รวมทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชนและทุกภาคส่วนทำให้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ประเทศไทยมีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศเป็นจำนวน 1,013,502 คน เติบโตจากปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 13.21 ด้านรายได้เติบโตร้อยละ 10.93 คิดเป็นมูลค่ารายได้ 88,485 ล้านบาท เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ทั้งด้านจำนวนคนและรายได้

Industry Performance
2012 VS 2013

Industry	MICE Travellers			Revenue (THB million)		
	2012	2013	Growth	2012	2013	Growth
Conventions	292,038	315,961	8.19%	28,224	31,254	10.74%
Incentives	218,808	247,936	13.31%	14,423	15,816	9.66%
Meetings	220,042	258,286	17.38%	24,412	26,891	10.15%
Exhibitions	164,336	191,319	16.42%	12,711	14,524	14.26%
Total	895,224	1,013,502	13.21%	79,770	88,485	10.93%

สถิติแยกรายอุตสาหกรรม
เปรียบเทียบระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2556

อุตสาหกรรม	จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)			รายได้ (ล้านบาท)		
	2555	2556	อัตราการเติบโต	2555	2556	อัตราการเติบโต
การประชุมนานาชาติ	292,038	315,961	8.19%	28,224	31,254	10.74%
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	218,808	247,936	13.31%	14,423	15,816	9.66%
การประชุม	220,042	258,286	17.38%	24,412	26,891	10.15%
การแสดงผลสินค้านานาชาติ	164,336	191,319	16.42%	12,711	14,524	14.26%
รวม	895,224	1,013,502	13.21%	79,770	88,485	10.93%



Asia was the largest market source for MICE visitors, representing 75.25 per cent of all MICE visitors, followed by Europe, with 10.06 per cent, and USA, with 4.72 per cent. The top five source countries were China, India, Malaysia, Japan and Singapore.

สำหรับภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มาเยือนประเทศไทยมากที่สุด คือ ภูมิภาคเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 75.25 ตามด้วย ยุโรปคิดเป็นร้อยละ 10.06 และอเมริการ้อยละ 4.72 โดยภูมิภาคเอเชียมีการเติบโตในตลาดไมซ์สูงที่สุด สำหรับ 5 อันดับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวไมซ์สูงสุด ได้แก่ ประเทศจีน อินเดีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสิงคโปร์

USA / อเมริกา

2555	53,133	4,734 MB
2556	47,851	4,178 MB
↘	-9.94%	-11.74%

3

EUROPE / ยุโรป

2555	94,690	8,437 MB
2556	101,976	8,903 MB
↗	7.69%	5.52%

2

ASIA / เอเชีย

2555	584,051	52,043 MB
2556	767,463	67,004 MB
↗	31.40%	28.75%

1

Top Three Regions
with Highest Growth

3 อันดับภูมิภาคที่มี
อัตราการเติบโตสูงสุด

MICE Travellers
by Region

สัดส่วนนักเดินทาง
รายภูมิภาค



Top 10 Countries with Highest Number of Travellers
10 อันดับประเทศที่มีนักเดินทางสูงสุด

No. / อันดับ	Country / ประเทศ	MICE Travellers นักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)	Revenue (THB million) รายได้ไมซ์ (บาท)	No. / อันดับ	Country / ประเทศ	MICE Travellers นักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)	Revenue (THB million) รายได้ไมซ์ (บาท)
1	China / จีน	128,437	11,213	6	Indonesia / อินโดนีเซีย	46,539	4,063
2	India / อินเดีย	103,373	9,025	7	South Korea / เกาหลีใต้	43,795	3,824
3	Malaysia / มาเลเซีย	65,549	5,723	8	USA / สหรัฐอเมริกา	28,405	2,480
4	Japan / ญี่ปุ่น	61,639	5,381	9	Philippines / ฟิลิปปินส์	25,555	2,231
5	Singapore / สิงคโปร์	60,785	5,307	10	Hong Kong / ฮกกง	23,536	2,055

MICE Promotion Plan 2013

แผนส่งเสริมการตลาดของ อุตสาหกรรมไมซ์ปี พ.ศ. 2556

1. WIN Strategy

In 2013, TCEB won a total of 21 bids for international MICE events to be held in Thailand, of which 20 bids were for the meetings industry and 1 bid for international exhibitions. Events included ITU Telecom World 2013, Conference of the Electric Power Industry, and Asian Congress of Pediatric Infectious Diseases. TCEB also supported a total of 516 MICE events last year, comprising 443 meetings-related events, and 73 exhibitions. Supported events included Herbalife Asia Pacific Extravaganza, 65th World Newspaper Congress, 20th World Editor Forum, and 23rd World Newspaper Advertising Forum. In addition, the bureau upgraded 48 MICE events, while creating 13 new shows in the exhibitions industry, including TFBO&TRAFFS 2013, ISRMASIA, and Thailand Lab 2013.

2. PROMOTE Strategy

2.1 Corporate Rebranding: TCEB has successfully undertaken a major rebranding and strategic repositioning of the organization in order to drive new business growth. The new strategic direction was developed based on five key Drivers of Growth: as a Strategic Business Partner; as a Thought Leader and Solution Provider to stimulate creative leadership; as a Business Connector, facilitating new partnerships; and lastly as a MICE Capabilities Developer, to strengthen human resource capacity and raise the calibre of MICE professionals in Thailand in line with global expectations.

1. กลยุทธ์การดึงงาน (WIN)

ในปี พ.ศ. 2556 สสพ.ชนะการประมูลสิทธิ์การจัดงานระดับนานาชาติเข้ามาจัดในประเทศไทยได้รวมทั้งสิ้น 21 งาน แบ่งเป็นงานด้านการประชุม 20 งาน และงานแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 1 งาน อาทิ งาน ITU Telecom World 2013 / Conference of the Electric Power Industry / Asian Congress of Pediatric Infectious Disease ด้านการสนับสนุนการจัดงานไมซ์รวมทั้งสิ้น 516 งาน แบ่งเป็นงานด้านการประชุม 443 งาน และงานแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 73 งาน อาทิ งาน Herbalife Asia Pacific Extravaganza / งาน 65th World Newspaper Congress, 20th World Editor Forum, 23rd World Newspaper Advertising Forum นอกจากนี้ สสพ. สามารถ ยกระดับการจัดงานไมซ์ได้เป็นจำนวน 48 งาน และสร้างงานใหม่ได้จำนวน 13 งานซึ่งเป็นงานในกลุ่ม งานแสดงสินค้านานาชาติ อาทิ TFBO&TRAFFS 2013 / ISRMASIA / Thailand Lab 2013

2. กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote)

2.1 การรีแบรนด์องค์กร สสพ.ประสบความสำเร็จในการปรับภาพลักษณ์ขององค์กรสู่แนวทาง Growth Driver ชูบทบาทการทำงานตามแนวทางผู้ขับเคลื่อนความสำเร็จ เน้นบทบาทการเป็นผู้สร้างความร่วมมือกับพันธมิตร การเป็นคู่คิดทางธุรกิจ การเป็นผู้นำการสร้างสรรค์ธุรกิจการเป็นผู้พัฒนาบุคลากร และมาตรฐาน และการเป็นผู้แนะนำเชิงกลยุทธ์ เพื่อเตรียมความพร้อมรับการแข่งขันของตลาดโลก ในอนาคต



2.2 Market Promotional Activities: TCEB organised extensive market promotional and PR activities including more than 10 trade shows, 15 roadshows, and familiarisation trips for MICE entrepreneurs and media, covering Asia, Europe, Oceania, America, Middle East, and South Africa, to provide unprecedented, immersive experiences of Thailand's MICE industry.

2.3 Public Relations and Corporate Communications: TCEB has developed a proactive PR plan, focusing on integration and collaboration among departments within the bureau and external agencies, aimed at benefitting Thailand's MICE industry. The bureau's public relations efforts can be divided into two categories: domestic PR and International PR.

2.3.1 Domestic PR

Focusing on building a better understanding of its roles and responsibilities, TCEB also emphasizes portraying the bureau's positive image to relevant industries stakeholders, from government sector organisations including the Department of Export Promotion, Department of Customs, Immigration Bureau, Ministry of Foreign Affairs, and Tourism Authority of Thailand, as well as private sector bodies such as the Thailand Incentive and Convention Association (TICA), Thai Exhibition Association (TEA), Thai Hotels Association (THA), convention centres, hotels, and MICE operators. With a goal to foster collaboration to drive Thailand's MICE industry forward, TCEB's domestic PR activities provide an effective platform to reflect the needs of the Thai MICE sector. The scope of domestic PR includes;

2.2 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สสพ. ได้ส่งเสริมการจัดกิจกรรมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมทั้งเทรดโชว์ จำนวนกว่า 10 ครั้ง และ โรดโชว์จำนวนกว่า 15 ครั้ง รวมทั้ง กิจกรรม Familiarization Trip เชิญผู้ประกอบการไมซ์ ตลอดจนสื่อมวลชนครอบคลุมตลาดเป้าหมาย ในภูมิภาคเอเชีย ยุโรป โอเชียเนีย อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกาใต้เข้าสัมผัสประสบการณ์ การจัดงานไมซ์ในประเทศไทย

2.3 ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร สสพ. ได้กำหนดแผนงานด้านประชาสัมพันธ์เชิงรุก มุ่งเน้นการบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างใกล้ชิดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และก่อประสิทธิภาพสูงสุดในการร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมการจัด ประชุมและการแสดงสินค้าของประเทศไทย โดยในปัจจุบัน สสพ. แยกการดำเนินงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ และการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการจัด ประชุม และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตามพันธกิจหลักขององค์กร

2.3.1 การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ:

มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ ตลอดจนสื่อสารภาพลักษณ์อันดีของสสพ. ให้แก่หน่วยงานในภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งหน่วยงานภาครัฐบาล อาทิ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานอื่นๆ ตลอดจนหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมโรงแรมไทย ศูนย์ประชุม โรงแรม และบริษัทผู้จัดงานไมซ์ในประเทศไทย เป็นต้น โดยมีเป้าหมายเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกันกับ สสพ. เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยไปพร้อมๆ กัน อีกทั้งยังเป็นเวทีสาธารณะที่จะสามารถรับฟังเสียงสะท้อนจากผู้ประกอบการไมซ์ไทยได้อย่างแท้จริง โดยมีขอบข่ายการดำเนินงานประกอบด้วย



1. To create awareness of the importance of the Thai MICE sector through a series of comprehensive public relations and corporate communications activities such as press conferences, media interviews, and other media relations activities.
2. To drive awareness of Thailand's MICE Cities through joint public relations activities with MICE Cities, including Chiang Mai, Phuket, Pattaya, and Khon Kaen
3. To support associations' and other stakeholders' PR activities to promote the MICE industry
4. To drive local engagement through educational PR activities and awareness building campaigns for better understanding of MICE industry benefits by targeting local operators and organisations, while enabling local administrations to develop as MICE destinations.

2.3.2 International PR

TCEB's international PR activities emphasize communicating the 'Thailand' brand as a premiere MICE destination in Asia. The bureau also focuses on reinforcing international confidence in Thailand's MICE industry, showcasing Thailand's readiness to MICE organisers, and encouraging MICE travellers to choose Thailand as their destination. The scope of International PR includes;

1. การบูรณาการกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และเผยแพร่ความสำคัญของธุรกิจไมซ์ อาทิ การจัดกิจกรรมแถลงข่าว การสัมภาษณ์ สื่อมวลชน การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์
2. การจัดกิจกรรมโครงการประชาสัมพันธ์ร่วมกับจังหวัดต่างๆ อาทิ เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ขอนแก่น เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็น “นครแห่งไมซ์”
3. การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้แก่สมาคมและหน่วยงานไมซ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมไมซ์ เพื่อเผยแพร่ไปยังสาธารณชน
4. การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการท้องถิ่นและองค์กรที่เกี่ยวข้องถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์และประโยชน์ที่จะได้รับต่อเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศ เพื่อให้บุคลากรในระดับท้องถิ่นร่วมมือกันพัฒนาและปรับปรุง พื้นที่ให้เป็นหนึ่งในจุดหมายแห่งการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์

2.3.2 การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศของ สสบน. มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสาร “ประเทศไทย” ในการเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า หรือไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย อีกทั้งยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในเวทีโลก เพื่อแสดงศักยภาพให้ผู้จัดงานไมซ์ และนักเดินทางกลุ่มไมซ์เกิดความมั่นใจ และเลือกประเทศไทยในการเป็นจุดหมายในการจัดงานไมซ์ของตน โดยมีขอบข่ายการดำเนินงานดังนี้

1. To be a centre to help media from around the world to communicate Thailand to their respective audiences with key messages including value for money, rich culture and abundant history, variety of attractions and safety.
2. To organise effective PR activities including tradeshows and roadshows in targeted countries, along with informing stakeholders of the latest updates on Thailand, through every PR channel.
3. To join forces with the Thai Team to help drive Thailand in one direction with one shared goal.

3. DEVELOP Strategy

TCEB along with industry alliances has joined forces to further develop Thailand's MICE capabilities both in terms of knowledge, standards, and preparation for the ASEAN Economic Community. The bureau prioritises key development activities such as MICE Curriculum, MICE Standards, MOUs and partnerships to promote the MICE industry with alliances both domestically and internationally, including the Sapporo Convention Bureau, the Union of Myanmar Federation of Chambers of Commerce and Industry, among others.

1. การเป็นศูนย์กลางการประสานงานให้แก่สื่อมวลชนจากทั่วโลกเพื่อสื่อสารประเทศไทยไปยังต่างประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในด้านความคุ้มค่า ความหลากหลายของวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงให้ความมั่นใจในความปลอดภัย
2. การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมเทรดโชว์ และ โรดโชว์ ในต่างประเทศที่เป็นประเทศเป้าหมาย กำหนดกลุ่มประเทศเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งรายงานสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของประเทศไทย เพื่อให้ประชาคมโลกได้รับทราบผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ
3. การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยความร่วมมือกับหน่วยงานราชการของประเทศไทย ในต่างประเทศเพื่อร่วมกับขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3. มลยุทธ์การพัฒน (Develop)

สสพ. พร้อมหน่วยงานพันธมิตรได้ร่วมกันพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งด้านพัฒนาองค์ความรู้ การพัฒนางานด้านมาตรฐาน รวมทั้งการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยได้ดำเนินกิจกรรมสำคัญ อาทิ การจัดทำหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลสำหรับสถาบันอุดมศึกษา การลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ การจัดทำมาตรฐานเพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมไมซ์ อาทิ ความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมเมืองซัปโปโร ประเทศญี่ปุ่น สภาหอการค้า และ อุตสาหกรรมแห่งสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และอีกหลายหน่วยงานสำคัญทั้งภาครัฐ และ ภาคเอกชน





Domestic MICE

Domestic MICE promotion is also considered an important mission for TCEB. With strong support from stakeholders, Domestic MICE has become another driver of growth for the country's broader economy. In 2013, TCEB supported 11 Domestic MICE events, devised three new Domestic MICE events, and upgraded a myriad of Domestic MICE events including the 80th Anniversary of the Thai Chamber of Commerce, the HR Day 2012 Global Business Dialogue, and the Thailand Tourism Festival 2013.

TCEB also supported eight Domestic Exhibitions, of which three were upgraded shows, two were cloned shows, and one was a newly devised show. Domestic Exhibitions in 2013 included Furnitech Dinner Talk 2013, and Food Restaurant & Equipment Show Khon Kaen.

Overall, the Domestic MICE industry grew by 2.33 per cent or 4.4 million domestic travellers, earning the Thai economy a total of THB12,782 million, representing 2.58 per cent growth. For MICE City developments, TCEB has laid the foundations for betterment of the growing Domestic MICE industry, especially in the key strategic cities, with initiatives such as collaboration with Chiang Mai Province for the Chiang Mai MICE City Roadmap, and the development of MICE Cities and MICE Clusters, which consequently led to the appointment of Khon Kaen as the latest addition to Thailand's MICE Cities.



การส่งเสริมธุรกิจไมซ์ภายในประเทศ

ด้านการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ภายในประเทศนับเป็นอีกหนึ่งภารกิจสำคัญที่สสพ. และหน่วยงานภาคีได้ร่วมผลักดันให้โดเมสติกไมซ์เป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้จากการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2556 สสพ. สามารถสนับสนุนการจัดงานดีไมซ์จำนวน 11 งาน และสร้างงานไมซ์จำนวน 3 งาน เพื่อยกระดับตลาดการประชุมในประเทศ อาทิ งานฉลองครบรอบ 80 ปี ทอการค้าไทย งาน HR Day 2012 Global Business Dialogue งานเทศกาลไทยเที่ยวไทย 2556

ด้านการส่งเสริมตลาดงานแสดงสินค้าภายในประเทศนั้น สสพ. สนับสนุนงานแสดงสินค้าในประเทศจำนวน 8 งานโดยเป็นงานยกระดับ 3 งาน งานกระจายจำนวน 2 งาน และงานสร้างใหม่จำนวน 1 งาน อาทิ Furnitech Dinner Talk 2013 / Food Restaurant & Equipment Show จังหวัดขอนแก่น

โดยภาพรวมนั้นอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศไทยมีการเติบโตด้านจำนวนคนร้อยละ 2.33 คิดเป็นจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 4.4 ล้านคน ด้านรายได้มีการเติบโตร้อยละ 2.58 คิดเป็นมูลค่า 12,782 ล้านบาท สำหรับด้านการพัฒนาเมืองไมซ์ที่ดี นั้น สสพ. ได้วางรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศโดยเฉพาะในเมืองยุทธศาสตร์สำคัญ เช่น ความร่วมมือกับจังหวัดเชียงใหม่พัฒนาแผนแม่บท “เชียงใหม่ไมซ์ซิตี้” การพัฒนาเมืองไมซ์ซิตี้ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง และล่าสุดกับการส่งเสริมจังหวัดขอนแก่นสู่เมืองไมซ์ซิตี้ลำดับที่ 5 ของประเทศไทย

TCEB Achievements 2013



Meetings Industry Department

Overall, a total of 88,326 overseas delegates participated in TCEB-supported meeting events, generating an average 8.718 billion Baht. Details are provided in the following sections.

TCEB Support for Meetings Events

Meetings and Incentive Travel

TCEB supported 349 meetings and incentive travel events in Thailand via the Event Support Subsidy scheme. The 68,338 overseas participants in these events generated earnings of 5.653 billion Baht, categorized into the following market segments:

1. Asia: 61,768 delegates, with earnings of 5.11 billion Baht
 - East Asian market (China, Japan, Hong Kong, Taiwan, Korea) 17,174 delegates, with earnings of 1.421 billion Baht
 - South Asia (India, Pakistan, Sri Lanka) 16,340 delegates, with earnings of 1.352 billion Baht
 - Southeast Asia (Indonesia, Malaysia, Singapore, Philippines, Vietnam) 28,254 delegates, with earnings of 2.337 billion Baht
2. Europe (Belgium, Germany, Portugal, Russia, United Kingdom): 2,502 delegates, with earnings of 207 million Baht
3. Other markets (e.g. Oceania, America): 4,068 delegates, with earnings of 336 million Baht

ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม

ภาพรวมการดำเนินงานของฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุมในปี 2556 นั้น มีจำนวนผู้ร่วมงานจากต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยในงานที่ สสปน. เป็นผู้สนับสนุนจำนวน 99,326 ราย คิดเป็นประมาณการรายได้จำนวน 8,718 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การสนับสนุนงานประชุม

ส่วนงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ส่วนงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ให้การสนับสนุนกลุ่มนักท่องเที่ยวธุรกิจที่เข้าร่วมงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จัดขึ้นในประเทศไทย (Event Support/Subsidy) จำนวน 349 งาน มีผู้ร่วมงานเป็นชาวต่างชาติ 68,338 ราย คิดเป็นรายได้เข้าประเทศประมาณ 5,653 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนจากตลาดต่าง ๆ ดังนี้

1. ตลาดเอเชีย 61,768 คน รายได้ประมาณ 5,110 ล้านบาท
 - ตลาดเอเชียตะวันออก เช่น จีน ญี่ปุ่นฮ่องกง ไต้หวัน เกาหลี จำนวน 17,174 คน รายได้ 1,421 ล้านบาท
 - ตลาดเอเชียใต้ เช่น อินเดีย ปากีสถาน ศรีลังกา จำนวน 16,340 คน รายได้ 1,352 ล้านบาท
 - ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม จำนวน 28,254 คน รายได้ 2,337 ล้านบาท
2. ตลาดยุโรป: เบลเยียม เยอรมนี โปรตุเกส รัสเซีย สหราชอาณาจักร จำนวน 2,502 คน รายได้ประมาณ 207 ล้านบาท
3. ตลาดอื่น ๆ เช่น โอเชียเนีย ภูมิภาคอเมริกา จำนวน 4,068 คน รายได้ประมาณ 336 ล้านบาท

Conventions

TCEB supported a total of 96 international conferences, attracting a total of 30,988 delegates and generating earnings of 3.065 billion Baht. Selected key events are listed below:

- 1. Asia Pacific Digestive Week (APDW)
Overseas delegates: 2,261
Average earnings: 224 million Baht
- 2. Asian Pacific Society of Cardiology 2013 Congress (APSC 2013)
Overseas delegates: 1,214
Average earnings: 120 million Baht
- 3. 15th World Cargo Alliance Conference & 5th WCA Family Worldwide Conference (15th WCA Conference & 5th WCA Family Worldwide Conference)
Overseas delegates: 1,818
Average earnings: 180 million Baht
- 4. The 16th Meeting of the Conference of the Parties to the Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES CoP 16)
Overseas delegates: 2,500
Average earnings: 247 million Baht
- 5. 4th World Anesthesia Convention (NWAC 2013)
Overseas delegates: 715
Average earnings: 71 million Baht
- 6. 2nd Asia-Pacific Water Summit (2nd APWS)
Overseas delegates: 843
Average earnings: 83 million Baht

ส่วนงานการประชุมนานาชาติ

ส่วนงานการประชุมนานาชาติได้สนับสนุนงานประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำนวน 96 งาน และมีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำนวน 30,988 ราย สร้างรายได้ประมาณการจากการใช้จ่าย 3,065 ล้านบาท โดยมีงานประชุมสำคัญ ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- 1. Asia Pacific Digestive Week (APDW)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 2,261คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 224 ล้านบาท
- 2. Asian Pacific Society of Cardiology 2013 Congress (APSC 2013)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 1,214 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 120 ล้านบาท
- 3. 15th World Cargo Alliance Conference & 5th WCA Family Worldwide Conference (15th WCA Conference & 5th WCA Family Worldwide Conference)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 1,818 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 180 ล้านบาท
- 4. The 16th Meeting of the Conference of the Parties to the Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES CoP 16)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 2,500 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 247 ล้านบาท
- 5. 4th World Anesthesia Convention (NWAC 2013)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 715 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 71 ล้านบาท
- 6. 2nd Asia-Pacific Water Summit (2nd APWS)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 843 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 83 ล้านบาท

- 7. The 65th World Newspaper Congress, 20th World Editors Forum and the 23rd World Newspaper Advertising Forum
Overseas delegates: 1,200
Average earnings: 118 million Baht
- 8. 4th World Congress of Asian Psychiatry (WCAP)
Overseas delegates: 793
Average earnings: 78 million Baht
- 9. 2nd Meeting of International Association for Dental Research - Asia Pacific Region 2013 (IADR-APR 2013)
Overseas delegates: 997
Average earnings: 97 million Baht
- 10. 21st International Union on Health Promotion and Education World Conference on Health Promotion and Education – (IUHPE 2013)
Overseas delegates: 1,500
Average earnings: 148 million Baht
- 11. Hospital Management Asia (HMA) 2013
Overseas delegates: 739
Average earnings: 73 million Baht

In addition to supporting the above events, the Conventions Division provided support for a total 31 bids for the right to host major conventions in Thailand

- 7. The 65th World Newspaper Congress, the 20th World Editors Forum and the 23rd World Newspaper Advertising Forum
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 1,200 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 118 ล้านบาท
- 8. 4th World Congress of Asian Psychiatry (WCAP)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 793 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 78 ล้านบาท
- 9. 2nd Meeting of International Association for Dental Research - Asia Pacific Region 2013 (IADR-APR 2013)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 977 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 97 ล้านบาท
- 10. 21st International Union on Health Promotion and Education World Conference on Health Promotion and Education – (IUHPE 2013)
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 1,500 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 148 ล้านบาท
- 11. Hospital Management Asia (HMA) 2013
มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ รวมจำนวน 739 คน
คิดเป็นประมาณการรายได้ จำนวน 73 ล้านบาท

นอกเหนือจากการสนับสนุนงานข้างต้นแล้ว ในรอบปี 2556 ส่วนงานการประชุมนานาชาติได้สนับสนุนการประมูลสิทธิ์ (Bid Support) เป็นเจ้าภาพจัดงานในประเทศไทย โดยยื่นประมูลสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมนานาชาติรวมจำนวน 31 งาน

Markets and Market Promotion

Trade shows

In 2013 the Meetings Industry Department joined trade shows and provided support to the private sector for the following events:

1. IT&CMA/CTW Asia-Pacific (Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia & Asia Pacific Corporate Travel World) 2012, Bangkok
2. IMEX America 2012 (The Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events), Las Vegas, USA
3. EIBTM 2012 (The Global Meetings & Incentives Exhibition), Barcelona, Spain
4. IME 2012 (International Meetings Expo) Tokyo, Japan
5. AIME 2013 (Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo) Melbourne, Australia
6. IT&CM China 2013 (Incentive Travel & Conventions, Meetings) Shanghai, People's Republic of China
7. IMEX 2013 (The Essential Worldwide Exhibition for Meetings, Incentives Travel & Meetings) Frankfurt, Germany
8. AIBTM 2013 (The Americas Meetings & Events Exhibition) Chicago, USA
9. Korea MICE Expo2013 Seoul, Korea
10. CIBTM 2013 (China Incentive Business Travel and Meetings) Beijing, People's Republic of China.

A total of 145 Thai private sector representatives participated in these tradeshow, with a total of 3,752 trade buyers coming to negotiate new deals.

การตลาดและการส่งเสริมการตลาด

งานเทรดโชว์

ในรอบปี 2556 ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุมได้เข้าร่วมงานเทรดโชว์และสนับสนุนภาคเอกชนเข้าร่วมงานดังนี้

1. IT&CMA/CTW Asia-Pacific (Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia & Asia Pacific Corporate Travel World) 2012 กรุงเทพฯ
2. IMEX America 2012 (The Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events) ลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา
3. EIBTM 2012 (The Global Meetings & Incentives Exhibition) บาร์เซโลนา ประเทศสเปน
4. IME 2012 (International Meetings Expo) โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
5. AIME 2013 (Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo) เมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย
6. IT&CM China 2013 (Incentive Travel & Conventions, Meetings) เซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน
7. IMEX 2013 (The Essential Worldwide Exhibition for Meetings, Incentives Travel & Meetings) แฟรงก์เฟิร์ต เยอรมนี
8. AIBTM 2013 (The Americas Meetings & Events Exhibition) ชิคาโก สหรัฐอเมริกา
9. Korea MICE Expo2013 โซล เกาหลี
10. CIBTM 2013 (China Incentive Business Travel and Meetings) ปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน

ในงานเทรดโชว์ดังกล่าว มีผู้ประกอบการภาคเอกชนของไทยเข้าร่วมงานทั้งหมด 145 ราย จำนวนผู้ซื้อเจรจาธุรกิจในคูหาประเทศไทยจำนวน 3,752 ราย

Roadshows

During 2013 TCEB's Meetings Industry Department organised 11 Roadshows in Thailand and overseas with the goal of promoting Thailand as a global meetings destination. These are listed below:

Meetings and incentive travel

In the category of meetings and incentive travel, TCEB organized seven roadshows, with a total of 80 participating entrepreneurs. Meetings were arranged for 726 target buyers at roadshow covering 8 countries: Japan, Singapore, Malaysia, India, China, UK, France and Russia.

International conferences

A total of 9 roadshows were held in Thailand and overseas to promote the international conference business in Thailand; one in Europe, two in Asia, and six in Thailand. 69 new business partners were identified in Europe and Asia, with a total of 966 in Thailand itself.

งานโรดโชว์

ในรอบปี 2556 ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุมได้จัดงานโรดโชว์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ จำนวน 11 งานเพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทย ดังนี้

ส่วนงานการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ส่วนงานการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้จัดงานโรดโชว์ในต่างประเทศ จำนวน 7 งาน มีจำนวนผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน 80 ราย และจำนวนผู้ซื้อเป้าหมายที่ได้อัป 726 ราย โดยแบ่งเป็น งานโรดโชว์ 6 งาน ใน 8 ประเทศ ดังนี้ ญี่ปุ่น / สิงคโปร์ / มาเลเซีย / อินเดีย/ สาธารณรัฐประชาชนจีน / สหราชอาณาจักร / ฝรั่งเศส และ รัสเซีย

ส่วนงานการประชุมนานาชาติ

ส่วนงานการประชุมนานาชาติได้จัดกิจกรรมโรดโชว์ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งหมด 9 ครั้ง (ยุโรป 1 ครั้ง เอเชีย 2 ครั้งและในประเทศไทย 6 ครั้ง) โดยแบ่งเป็นลูกค้าเป้าหมายที่ได้อัปในยุโรปและเอเชีย จำนวน 69 ราย และลูกค้าในประเทศไทย จำนวน 966 ราย



Market promotion and other MICE development activities

1. Appointed agents in 4 overseas markets: Japan, Russia, India and Singapore.
2. Implemented an ambitious marketing campaign, as follows:
 - 2.1. Organized familiarisation trips and inspection trips to enhance international confidence in Thailand's ability and readiness to host major global events. A total of 8 MICE Familiarisation Trips / Inspection Trips were hosted in Bangkok, Phuket, Krabi and Chiang Mai, including Connection Plus 2013 events for corporate buyers and event organizers. In addition, 15 educational trips were organized to promote Thailand's image and potential.
 - 2.2. Joined hands with our strategic partners including airlines and MICE operators in launching joint market promotion activities directly to target groups in key overseas markets
3. Joined key international associations and participated in their activities in order to extend our network and promote Thailand as a global destination, as follows:
 - 3.1. For meetings and incentives travel, TCEB has joined SITE, MPI and GBTA and also attended their annual meetings.
 - 3.2. For international meetings, TCEB joined ICCA, UIA, PCMA and AACVB, and also participated in the annual meetings of these organizations
 - 3.3 Supported the live broadcast of ICCA's Annual Meeting, or Hybrid Session via the Internet to a global audience; this was ICCA's first Hybrid Session global live broadcast of the ICCA Thailand Bid Workshop 2013.
4. Organised marketing and business matching activities during the IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2012 event. The event attracted 65 Thai exhibitors, and 1,747 international buyers participating in business matching meetings.
5. Supported the international meeting market promotion activities of the International Conference of the Thai Incentive and Convention Association (TICA) to promote the province of Phuket as a MICE City to professional bodies, universities as well as private and public sector agencies within its membership.

การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาไมซ์รูปแบบอื่นๆ

1. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ 4 แห่ง คือ ญี่ปุ่น รัสเซีย อินเดีย และสิงคโปร์
2. ดำเนินการตลาดเชิงรุก ดังนี้
 - 2.1 จัดกิจกรรมดูงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทย (Familiarization Trip/Inspection Trip) จำนวน 8 ครั้ง ในเมืองไมซ์ต่าง ๆ เช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ รวมทั้งงาน Connection Plus 2013 มีผู้ซื้อประเภทองค์กร ผู้จัดประชุมเข้าร่วมกิจกรรม และจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และศักยภาพประเทศไทย เช่น Educational Trip จำนวน 15 ครั้ง
 - 2.2 ร่วมมือกับพันธมิตร เช่น สายการบิน ผู้ประกอบการไมซ์ จัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายโดยตรงในต่างประเทศ
3. เข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคมระหว่างประเทศและร่วมกิจกรรมของสมาคม เพื่อสร้างเครือข่ายและประชาสัมพันธ์ประเทศไทย
 - 3.1 ส่วนงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคม SITE, MPI และ GBTA และเข้าร่วมประชุมประจำปีของสมาคม
 - 3.2 ส่วนงานการประชุมนานาชาติ เข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคม ICCA, UIA, PCMA และ AACVB และเข้าร่วมประชุมประจำปีของสมาคม
 - 3.3 สนับสนุนการถ่ายทอดสดการสัมมนาประจำปีของ ICCA หรือ Hybrid Session ผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ตไปยังผู้ชมทั่วโลก ซึ่งเป็นงาน Hybrid Session ครั้งแรกของ ICCA และถ่ายทอดสดมายังการสัมมนา ICCA Thailand Bid Workshop 2013
4. จัดกิจกรรมการตลาดและคูหาประเทศไทยในงาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2012 โดยมีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน 65 ราย จำนวนผู้ซื้อที่ได้เจรจาธุรกิจในคูหาประเทศไทย 1,747 ราย
5. สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการประชุมนานาชาติของสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) เพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดภูเก็ตในฐานะเมืองไมซ์ให้กับกลุ่มลูกค้าจากสมาคมวิชาชีพ หน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัย

Key events in 2013

Meetings and incentive travel

- IT & CMA and CTW Asia-Pacific 2012*

IT&CMA and CTW Asia-Pacific is the region's largest double-bill business travel and incentive tourism event, combining the Incentive Travel & Convention Meeting Asia and Corporate Travel World, Asia-Pacific trade show. The tradeshow and exhibition of business travel products and services attracts MICE operators from around the world who come together at this forum to create new business opportunities and exchange knowledge and best practices in the industry. IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2012* attracted 2,579 delegates from 57 countries around the world, generating earnings of approximately 2 billion Baht,

(*IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2012 was held during the 2012-13 financial year)

- Herbalife APAC Extravaganza 2013

The Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2013 was an annual gathering of independent Herbalife distributors held in June 2013 at IMPACT in Bangkok. With a total of 18,371 participants, the event generated foreign earnings of 1.913 billion Baht, and was the largest incentive travel event supported by TCEB in 2013.

งานสำคัญในปี 2556

งานการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

- IT & CMA and CTW Asia-Pacific 2012*

งาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific เป็นงานที่รวมงานแสดงสินค้าและบริการด้านการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก คืองาน Incentive Travel & Convention Meeting Asia และงานประชุม Corporate Travel World, Asia-Pacific ไว้ในงานเดียวกันนับเป็นเวทีสำคัญที่ให้ผู้ประกอบการไมซ์จากทั่วโลกมาพบปะกันในเอเชียเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ และแลกเปลี่ยนความรู้และแนวปฏิบัติต่างๆ ในอุตสาหกรรม สำหรับงาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2012 ซึ่งอยู่ในช่วงปีงบประมาณ 2556 โดยมีผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น 2,579 ราย จาก 57 ประเทศ นำรายได้เข้าประเทศประมาณ 2 พัน ล้านบาท

(*งาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2012 จัดขึ้นในปีงบประมาณ 2556)

- Herbalife APAC Extravaganza 2013

งาน Herbalife APAC Extravaganza 2013 เป็นงานประชุมผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนการขายของ Herbal Life จัดขึ้น ณ ศูนย์การประชุม IMPACT ในเดือนมิถุนายน 2556 มีผู้เข้าร่วมงานจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 18,371 คน สร้างรายได้ประมาณการเข้าประเทศจำนวน 1,913 ล้านบาท ถือเป็นกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกลุ่มใหญ่ที่สุดที่สสพ. สนับสนุนในปี 2556



Conventions

- Asia Pacific Digestive Week 2012 (APDW 2012)
Held in October 2012 at the Queen Sirikit National Convention Centre, Asia Pacific Digestive Week 2012 attracted 2,261 overseas delegates, an 18% increase compared with 2011. The event generated foreign exchange earnings of 224 million Baht.
- Meetings Industry Day 2013
The Meetings Industry Day 2013 was held as a forum to present the national MICE industry master plan to representatives of the meetings industry, government agencies and professional associations. In 2013 the event was held in Pattaya, with the aim of boosting the city's MICE business. Over 200 participants joined the event.

งานการประชุมนานาชาติ

- Asia Pacific Digestive Week 2012
งาน Asia Pacific Digestive Week 2012 จัดขึ้นในเดือนตุลาคม 2555 หรือในช่วงปีงบประมาณ 2556 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ สามารถดึงดูดผู้เข้าประชุมจากต่างประเทศ 2,261 ราย เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับงานในปี 2011 ทำรายได้ประมาณการเข้าประเทศประมาณ 224 ล้านบาท
- Meetings Industry Day 2013
งาน Meetings Industry Day จัดขึ้นเพื่อเป็นเวทีนำเสนอแผนงานด้านอุตสาหกรรมการประชุมของประเทศไทยให้แก่ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสมาคมวิชาชีพต่างๆ โดยในปี 2556 นี้จัดขึ้นที่เมืองพัทยาโดยความมุ่งหวังในการกระตุ้นธุรกิจไมซ์ของเมืองพัทยา โดยมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 200 คน

Exhibitions Department

In 2013, TCEB's Exhibitions Department brought 36 international exhibitions to Thailand, attracting 172,600 visitors and generating revenues of 14.1 billion Baht, as detailed below.

Sales and market promotion activities

- Sales Call Meeting, Singapore, 29 – 31 October 2012 – targetting professional associations to attract business events to Thailand.
- Paris Corporate Roadshow, Paris, 22 November 2012: Of the 11 corporate participants, 4 expressed interest in organizing their international exhibition events in Thailand
- Participated in the annual gathering of the International Association of Exhibitions and Events (IAEE) to publicize Thailand's exhibitions industry to key target groups. The event was held in Orlando, USA from 30 November – 6 December 2012.
- Participated in the SISO CEO Summit 2013, South Carolina to give opportunities for members to meet and exchange ideas on the trade show industry, and seek new business opportunities with US event organizers. The event was held from 7 – 13 April, 2013.

ฝ่ายการแสดงผลสินค้านานาชาติ

ในปี 2556 งานที่ฝ่ายการแสดงผลสินค้านานาชาติ เป็นผู้สนับสนุนสามารถดึงดูดผู้ร่วมงานจากต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยได้จำนวน 36 งาน คิดเป็นจำนวนผู้เข้าชมงาน 172,600 คน สร้างรายได้จำนวน 14,100 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขาย

- Sales Call Meeting เมื่อวันที่ 29 – 31 ตุลาคม 2555 ที่ประเทศสิงคโปร์ เจาะสมาคมเพื่อดึงนักธุรกิจเข้าร่วมงานแสดงสินค้า
- Paris Corporate Roadshow, เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2555 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส มีผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น 11 คนและสนใจมาจัดงานแสดงสินค้าที่ประเทศไทยจำนวน 4 ราย
- เข้าร่วมงานประชุมประจำปีของสมาคม International Association of Exhibitions and Events (IAEE) เพื่อประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของไทยต่อกลุ่มเป้าหมาย ณ เมืองออลแลนด์ ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 30 – 6 ธันวาคม 2555
- เข้าร่วมงาน SISO CEO Summit 2013 ที่ South Carolina เพื่อให้สมาชิกได้มีโอกาสพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและหาโอกาสทางธุรกิจจากผู้จัดงานจากสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 7 – 13 เมษายน 2556

- A One on One visit was organized from 9 – 14 June, 2013, to meet with event organizers in Germany. TCEB supported travel costs for private sector delegates to participate in visits to six cities: Hamburg, Munich, Hannover, Nuernberg, Stuttgart and Frankfurt to promote Thailand as a Centre of international trade fairs in the region, as well as open the door for new business opportunities in industry sectors such as agriculture, industrial machinery, automotive parts and energy, etc.
- Signing of a 3-way cooperation agreement 24 July 2013 between TCEB, the Philippines Chamber of Commerce and Industry (PCCI) and the Chamber of Commerce and Philippines Islands (CCPI). The excellent cooperation among the parties offers new prospects for partnerships and attracting more visitors and events from the Philippines to Thailand
- A Myanmar Roadshow was held in Yangon from 20-21 April 2013 to publicize Thailand as a business destination for international exhibitions.
- UK Roadshow, 16 November 2013, in partnership with the “The Economist” magazine. The delegation included private sector venue representatives from IMPACT Arena, Exhibition and Convention Centre, BITEC, and the Queen Sirikit National Convention Centre. The goal was to attract UK event organizers to bring their events to Thailand.
- The 100 A-Head project. The “100 A-Head” project was initiated to attract business travellers from business associations, federations, and chambers of commerce from the ASEAN+6 and BIMSTEC groups of countries. To qualify for support under this promotion, each association was required to bring at least 15 business persons to attend international exhibitions, staying at least 3 days and 2 nights in Thailand.



- One on One visit จัดขึ้นเมื่อวันที่ 9 - 14 มิถุนายน 2556 เพื่อประชุมกับผู้จัดการงานจากประเทศเยอรมนี โดยสสปน. ได้สนับสนุนภาคเอกชนเดินทางร่วมคณะในครั้งนี้ด้วย รวมทั้งสิ้น 6 เมือง ได้แก่ ฮัมบวร์ก / มิวนิค / แอนโนเวอร์ / เนินบวร์ก / สตวร์ทการ์ต / แฟรงก์เฟิร์ต เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติแห่งภูมิภาคอาเซียนพร้อมทั้งโอกาสทางธุรกิจในอนาคตของประเทศไทย อาทิ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมเครื่องจักรและชิ้นส่วนยานยนต์ และอุตสาหกรรมพลังงาน เป็นต้น
- การจัดการลงนามความร่วมมือเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 ระหว่างสสปน. กับ Philippines Chamber of Commerce and Industry (PCCI) และ Chamber of Commerce and Philippines Islands (CCPI) โดยได้รับการตอบรับร่วมมือกับสมาคมการค้า และหอการค้าฟิลิปปินส์เป็นอย่างดี รวมถึงเป็นการเปิดประเทศ ที่มีโอกาสดึงดูดลงทุน และนักธุรกิจเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทย
- การจัดโรดโชว์ที่ประเทศเมียนมาร์ โดยจัดขึ้น ณ เมืองย่างกุ้ง เมื่อวันที่ 20 - 21 เมษายน 2556 เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักธุรกิจในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ
- การจัดโรดโชว์ประเทศอังกฤษร่วมกับหนังสือพิมพ์ The Economist เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2556 โดยนำภาคเอกชน ได้แก่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพคเมืองทองธานี ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค และ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เข้าร่วมงานเพื่อดึงผู้จัดการงานจากสหราชอาณาจักรมาในประเทศไทย
- โครงการ 100 A-Head จัดทำโครงการ “100 A-Head” เพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มนักธุรกิจจากสมาคม สมาพันธ์ หอการค้า จากกลุ่มประเทศอาเซียนบวกหกและ BIMSTEC โดยสมาคมจะต้องนำกลุ่มนักธุรกิจจำนวน 15 ท่านเป็นขั้นต่ำและต้องพำนักในประเทศไทยอย่างน้อย 3 วัน 2 คืน และเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติที่จะขึ้นที่ประเทศไทย



Major events in 2013

- 1. The Exhibition Day 2013 on 26 February 2013 is an annual meeting of international exhibition organizers and business persons under the concept “Thai Exhibition Industry at a Crossroad”. The event was organized to share industry perspectives and brainstorm a path forward and long-term strategy for Thailand’s international exhibitions sector, to keep pace with fast-moving global trends in the industry.
- 2. Press conference to announce the 3rd Strategic Plan for Thailand’s International Exhibitions Industry, 1 November, 2012. The strategy focuses on establishing Thailand’s status as a hub for international exhibitions business within the ASEAN Economic Community, or AEC. Examples of TCEB’s support for international exhibitions held in Thailand include the following:

• Metalex 2012	21 – 24	November 2012,	BITEC
• VIV Asia 2013	13 – 15	March 2013,	BITEC
• Horti Asia 2013	9 – 11	November 2013,	BITEC
• Intermach 2013	16 – 19	May 2013,	BITEC
• Renewable Energy Asia 2013	5 – 8	June 2013,	BITEC
• ProPak Asia 2013	12 – 15	June 2013,	BITEC
• TFBO & TRAFS 2013	25 – 28	July 2013,	BITEC
• World Stamp	2 – 14	August 2013,	Royal Paragon Hall, Bangkok
• Food & Ingredient Asia 2013	11 – 13	September 2013,	BITEC
• Food & Hotel Thailand 2013	4 – 7	September 2013,	BITEC

งานสำคัญในปี 2556

- 1. การจัดงาน Exhibition Day 2013 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2556 ประชุมผู้ประกอบการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติประจำปี ภายใต้แนวคิด “Thai Exhibition Industry at Crossroad” ระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติของไทยให้สอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าระดับโลก
- 2. งานแถลงข่าวแผนกลยุทธ์การแสดงสินค้านานาชาติ 3 เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2555 เน้นการสร้างไทยให้เป็นเวทีหลักของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ตัวอย่างการสนับสนุนงานแสดงสินค้านานาชาติ
 - งาน Metalex 2012 21 – 24 พฤศจิกายน 2555 จัดที่ ไบเทค
 - งาน VIV Asia 2013 13 – 15 มีนาคม 2556 จัดที่ ไบเทค
 - งาน Horti Asia 2013 9 – 11 พฤษภาคม 2556 จัดที่ ไบเทค
 - งาน Intermach 2013 16 – 19 พฤษภาคม 2556 จัดที่ ไบเทค
 - งาน Renewable Energy Asia 2013 5 – 8 มิถุนายน 2556 จัดที่ ไบเทค
 - งาน ProPak Asia 2013 12 – 15 มิถุนายน 2556 จัดที่ ไบเทค
 - งาน TFBO & TRAFS 2013 25 – 28 กรกฎาคม 2556 จัดที่ ไบเทค
 - งาน World Stamp 2-14 สิงหาคม 2556 จัดที่รอยัล พารากอน ฮอลล์
 - งาน Food & Ingredient Asia 2013 11 – 13 กันยายน 2556 จัดที่ ไบเทค
 - งาน Food & Hotel Thailand 2013 4 – 7 กันยายน 2556 จัดที่ ไบเทค

Domestic MICE Department

The Domestic MICE Department has initiated a number of activities following the overall marketing strategy, with three key strategic thrusts:

1. Promote organization of meetings and seminars in Thailand (D-MICE), including:

- Launched campaign to build awareness of products and services (Familiarization Trip), comprising:
 - Raising awareness of products and services for corporate customers
 - Raising awareness among private sector entrepreneurs and local managers.
- Launched the “Cross the Sky Thailand- Fulfilled under the Royal Initiative” in collaboration with the ‘Pit Thong Lang Phra’ Foundation, putting Royal Initiatives into practice. The campaign is also supported by 5 domestic airlines: Thai Airways, Thai Smile, Nok Air, Bangkok Airways and Air Asia. The programme has developed several travel routes as options for domestic MICE activities that can link to 14 Royal Initiatives in 5 provinces: Chiang Mai, Chiang Rai, Nan, Sakon Nakhon and Krabi. A special ticketing promotion was launched to support the initiative and offer exclusive privileges to attract participants, boost Thailand’s domestic MICE industry and raise awareness and knowledge of activities undertaken in local areas under the many Royal Initiatives, either as pre- or post-meeting activities.



ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ

ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศได้ดำเนินงานตามกลยุทธ์ทางการตลาด 3 ข้อหลัก ดังนี้

1. ส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาภายในประเทศ (D-MICE) ประกอบด้วย

- จัดโครงการสร้างการรับรู้สินค้าและบริการ (Familiarization Trip) ประกอบด้วย
 - โครงการสร้างการรับรู้สินค้าและบริการสำหรับลูกค้ากลุ่มองค์กร
 - โครงการสร้างการรับรู้สินค้าและบริการสำหรับผู้ประกอบการบริหารจัดการภาคพื้นดิน
- จัดโครงการลัดฟ้าประชุมเมืองไทย อิ่มใจตามรอยพระราชดำริ โดยร่วมกับมูลนิธิจิตทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ และสายการบินภายในประเทศ จำนวน 5 สายการบิน ได้แก่ การบินไทย การบินไทยสมายล์ นกแอร์ บางกอกแอร์เวย์ส และแอร์เอเชีย จัดทำเส้นทางตัวอย่างเพื่อเป็นตัวเลือกในการจัดกิจกรรมไมซ์ที่เชื่อมโยงกับการเรียนรู้จากโครงการตามพระราชดำริน 14 ตัวอย่างโครงการ ใน 5 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย น่าน สกลนคร และกระบี่ โดยจัดเป็นโปรโมชั่นบัตรโดยสารราคาพิเศษ และสิทธิประโยชน์เพื่อดึงดูดและกระตุ้นอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศมากขึ้น ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการเรียนรู้ในพื้นที่โครงการตามพระราชดำริก่อนหรือหลังการประชุมสัมมนา

- Launched the ‘Meetings in Thailand- Thailand is Ready!’ marketing campaign to promote economic recovery and stimulate growth in Thailand’s domestic seminar and incentive travel industry. The project was implemented in three main MICE cities, as follows:
 - 1 – 3 July, 2013, Central World Life, 8th Floor, Central World Bangkok
 - 15 – 17 July, 2013, Centara Convention hall, Centara Convention Centre, Khon Kaen
 - 26 – 28 September 2013, Chiang Mai International Convention and Exhibition Centre
- Organised a Mobile Exhibition to publicize Domestic Mice in Thailand, to raise awareness among both public and private sectors of the importance of organizing meetings, seminars, incentive trips and exhibitions within Thailand, and increase understanding of the MICE industry. A total of 8 mobile exhibitions were mobilized in Bangkok and other MICE cities.
- Campaign to support meetings organised by all 12 of TCEB’s partner agencies, including the following:
 1. Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand
 2. Federation of Thai Industries
 3. Tourism Council of Thailand
 4. Stock Exchange of Thailand
 5. Thailand Incentive & Convention Association
 6. Thai Exhibition Association
 7. Thai Listed Companies Association
 8. Thailand Management Association
 9. Personnel Management Association of Thailand
 10. Association of Domestic Travel
 11. Thai Tourism Promotion Association
 12. Association of Thai Tour Operators.

- จัดโครงการประชุมเมืองไทย มั่นใจเมืองไทยพร้อม ซึ่งเป็นโครงการต่อยอดจากโครงการประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายทั้งภาครัฐและเอกชนเดินทางจัดประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศโดยแบ่งการจัดงานใน 3 เมืองไมซ์ซิตี้ ดังนี้
 - วันที่ 1 – 3 กรกฎาคม 2556 ณ เซ็นทรัลเวิลด์ไลฟ์ ชั้น 8 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร
 - วันที่ 15 – 17 กรกฎาคม 2556 ณ คอนเวนชันฮอลล์ โรงแรมเซ็นทารา คอนเวนชันเซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น
 - วันที่ 26 – 28 กันยายน 2556 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบพระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่
- จัดคูหาประชาสัมพันธ์กิจกรรมตลาดในประเทศ (Mobile Unit) ประจำปี 2556 เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้ภาครัฐและภาคเอกชนได้เห็นถึงความสำคัญของการจัดประชุมสัมมนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและงานแสดงสินค้าภายในประเทศ พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้น โดยมีการจัดคูหาประชาสัมพันธ์ทั้งหมด 8 ครั้ง ทั้งในกรุงเทพฯและเมืองไมซ์ซิตี้
- โครงการส่งเสริมการประชุมสัมมนาของหน่วยงานภาคี การดำเนินโครงการร่วมกับหน่วยงานภาคีทั้ง 12 หน่วยงาน ประกอบด้วย
 1. หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
 2. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
 3. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 4. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 5. สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)
 6. สมาคมการแสดงสินค้าไทย
 7. สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
 8. สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย
 9. สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย
 10. สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ
 11. สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย
 12. สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย

TCEB provides continuing support to its partner agencies in all categories of MICE activities, including a total of 22 meetings, incentives, conventions and exhibitions organized in co-operation with TCEB's partners. Key events include the 30th National Seminar of Chambers of Commerce (80th anniversary of the Thai Chamber of Commerce), the Prestigious Fair in Honour of our Beloved King Rama 9, INET Bangkok 2013, Asian Life Sciences Conference & Exhibition 2013, and the Thailand Competitiveness Enhancement Program 2013.

2. Support for the domestic exhibitions industry (D-Exhibition)

- Promotion of Trade Business Matching events, such as-
 - Cooperation with Kasikorn Bank in organizing the K SME Care Biz Fair 2012 exhibition. The event strengthened networks, opened up new business opportunities, and provided a forum for business negotiations for 127 SME representatives. The event generated business deals worth more than 18 million Baht.
- Promote distribution of exhibitions to provinces across all regions of the country, for example:
 - TCEB collaborated with the Publishers and Booksellers' Association of Thailand (PUBAT) in spreading out Book Fairs to all regions of the country.
 - Northeast: The 1st Northeast Mega Book Fair was held from 16-24 August 2013 in Khon Kaen, with 45,832 visitors. The event generated earnings of 9 million Baht.
 - South The 1st Southern Mega Book Fair was held from 27 August - 2 September 2013 in Songkhla Province. The event attracted 52,110 visitors, and generated earnings of 9.7 million Baht.
- Promote upgrading of trade shows and exhibitions:
 - Pattaya Food & Hoteliers Expo 2013, with 12,526 visitors, and earnings of 10 million Baht.

การสนับสนุนหน่วยงานภาคีอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศทั้งระบบ ประกอบด้วย Meetings, Incentives, Conventions และ Exhibitions การดำเนินการร่วมกับภาคี ประกอบด้วยงานทั้งหมด 22 งาน ที่สำคัญได้แก่ งานสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 30 (งานฉลองครบรอบ 80 ปีหอการค้าไทย), งานพระบารมี 9 ไกลสถิตไทยทั่วหล้า, INET Bangkok 2013, Asian life Sciences Conference & Exhibition 2013, Thailand Competitiveness Enhancement Program 2013 เป็นต้น

2. ส่งเสริมงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (D-Exhibition) ประกอบด้วย

- ส่งเสริมการทำ Trade Business Matching อาทิ
 - การร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทยจัดงานแสดงสินค้า K SME Care Biz Fair 2012 เพื่อเพิ่มเครือข่าย สร้างโอกาสและส่งเสริมการสร้างงานเจรจาธุรกิจสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ SME จำนวน 127 ราย ก่อให้เกิดมูลค่าการซื้อขายกว่า 18 ล้านบาท
- ส่งเสริมการกระจายงานแสดงสินค้าสำคัญสู่ภูมิภาค (Clone) อาทิ
 - ร่วมมือกับสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ในการกระจายงานแสดงหนังสือจากกรุงเทพฯ ไปยังภาคต่างๆ เช่น
 - ภาคอีสาน งานมหกรรมหนังสือภาคอีสานครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 16-24 สิงหาคม 2556 ณ จังหวัดขอนแก่น มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 45,832 คน เกิดมูลค่าซื้อขายกว่า 9 ล้านบาท
 - ภาคใต้ งานมหกรรมหนังสือภาคใต้ ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม - 2 กันยายน 2556 ณ จังหวัดสงขลา มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 52,110 คน เกิดมูลค่าซื้อขายกว่า 9.7 ล้านบาท
- ส่งเสริมการยกระดับงานแสดงสินค้า (Upgrade) อาทิ
 - งาน Pattaya Food & Hoteliers Expo 2013 มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 12,526 คน เกิดมูลค่าซื้อขายกว่า 10 ล้านบาท
- การทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่าง สสพ. กับ 3 สมาคม คือ
 1. สมาคมผู้บริหารงานอาหารและเครื่องดื่มภาคตะวันออกแห่งประเทศไทย (งาน "Pattaya Food & Hoteliers Expo")
 2. สมาคมผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (งานมหกรรมหนังสือ)
 3. สมาคมสมาพันธ์ส่งเสริมสัตว์เลี้ยงไทย (งานมหกรรมสัตว์เลี้ยงแห่งประเทศไทย)
 - โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบความร่วมมือระหว่างกันในการส่งเสริมให้เกิดการยกระดับและกระจายการจัดงานแสดงสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆของประเทศ รวมถึงเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้และเชื่อมโยงพัฒนาฐานข้อมูลร่วมกัน

- An MOU was signed between TCEB and 3 professional associations:
 1. Food and Beverage Management Association Eastern Region of Thailand. (for the Pattaya Food & Hoteliers Expo)
 2. Publishers and Booksellers' Association of Thailand (Mega Book Fairs)
 3. Thai Pet Promotion Federation (Thailand's Grand Pet Show)
- The objective was to build a framework for mutual cooperation in upgrading exhibition standards and decentralizing the hosting of events to provinces across the country. Moreover, the agreements promote exchange of information and joint database development.

3. Strengthening and upgrading Thailand's MICE Cities (Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Phuket)

Upgrading the potential of MICE Cities

- Following a Cabinet resolution declaring 2013 as the Year of MICE for Chiang Mai, the Chiang Mai MICE Summit was organized to exchange views and brainstorm ideas from MICE industry drivers and stakeholders in Chiang Mai Province from both private and public sectors. The Summit developed a 5-Year MICE Master Plan to develop and upgrade the industry in the province.

Developing MICE City competitiveness

- Designated Khon Kaen as Thailand's 5th MICE City, providing a new MICE destination in the northeast of Thailand; the city will also serve as a gateway to the countries of the Greater Mekong Subregion (GMS) and will contribute to the country's preparations for integration under the ASEAN Economic Community (AEC).
- Ongoing project to develop applications to promote 4 MICE City destinations: Bangkok, Chiang Mai, Phuket and Khon Kaen.

Market promotion for MICE Cities

- Support officials and industry executives from Chang Mai to participate in the International Meetings Expo (IME) 2012 in Tokyo.
- Support officials and industry executives from Pattaya to participate in the Thailand MICE Road Show in Japan 2013. The Road Show covered the two cities of Tokyo and Sapporo.
- Support officials and industry executives from Chiang Mai to participate in the Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo (AIME) 2013 in Melbourne and Perth, Australia.

3. การสร้างความเข้มแข็งและยกระดับเมืองไมซ์ซิตี้

ประกอบด้วย กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ และภูเก็ต

ยกระดับศักยภาพของไมซ์ซิตี้

- เนื่องจากคณะรัฐมนตรีมีมติประกาศให้ปี 2556 เป็นปีแห่งไมซ์ (Year of MICE) ของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสนองรับนโยบายดังกล่าว ฝ่ายฯ จึงจัดกิจกรรม Chiang Mai MICE Summit เพื่อระดมความคิดเห็นของภาครัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ที่เกี่ยวข้องและเป็นผู้ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัด เพื่อจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในระยะ 5 ปี

พัฒนาขีดความสามารถแข่งขันของไมซ์ซิตี้

- แต่งตั้งจังหวัดขอนแก่นเป็นไมซ์ซิตี้แห่งที่ 5 เพื่อเป็นจุดหมายไมซ์ใหม่ในภาคอีสาน และเป็นประตูสู่อนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง เพื่อเสริมความพร้อมของไทยในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ดำเนินโครงการต่อเนื่องในการจัดทำแอปพลิเคชันเพื่อประชาสัมพันธ์ไมซ์ซิตี้ตัวอีก 4 เมือง คือ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดขอนแก่น

ส่งเสริมการทำตลาดไมซ์ซิตี้

- นำคณะผู้บริหารจังหวัดเชียงใหม่และเจ้าหน้าที่เข้าร่วมงาน International Meetings Expo (IME) 2012 ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
- นำคณะผู้บริหารเมืองพัทยาและเจ้าหน้าที่เข้าร่วมงาน Thailand MICE Road Show in Japan 2013 ณ เมืองซัปโปโร และกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
- นำคณะผู้บริหารจังหวัดเชียงใหม่และเจ้าหน้าที่เข้าร่วมงาน Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo (AIME) 2013 ณ เมืองเมลเบิร์น และเมืองเพิร์ธ เครือรัฐออสเตรเลีย



MICE Capability Development Department

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์

The MICE Capability Development Department has focused on activities that support TCEB's mission and overall strategic goals. Key accomplishments are summarized below:

1. Education

Standard international MICE curriculum

Building on the 2012 Standard international MICE curriculum, which saw the signing of 16 new higher education institutions in Thailand 19 December 2012, and 4 more on 15 February 2013. The expanded partnership allows the Meetings and Exhibitions Management course to be included in the higher education curriculum. To date, 48 institutes of higher learning are participating in the programme.

Academic Exchange Program

TCEB has signed agreements with two higher education institutions to promote exchange of academic research and academic staff in Thailand and overseas during 20 February to 2 March 2013.

TCEB has also signed a Memorandum of Understanding (MOU) with the Association of Korean Exhibition Industries (AKEI) together with 6 institutes of higher learning in Korea. TCEB also supported a delegation of 25 executives and MICE-related teaching faculty members from participating educational institutes in Thailand to visit Korea from 17-22 March 2013 in order to exchange knowledge and strengthen the network with TCEB's new partner institutions in Korea.

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์มีการดำเนินงานทั้งผลิตและผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับพันธกิจและยุทธศาสตร์ขององค์กรซึ่งมีผลการดำเนินงานโดยสรุป ดังนี้

1. ด้านการศึกษา

โครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากล

การต่อยอดโครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลจากปี 2555 โดยมีการลงนามกับสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยเพิ่มเติมอีก 16 เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2555 และอีก 4 แห่ง เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2556 ในการนำหนังสือและสื่อประกอบการเรียนการสอน “วิชาการจัด ประชุมและนิทรรศการ” ไปบรรจุใช้ในการเรียนการสอน ทำให้ ณ ปัจจุบันมีสถาบันอุดมศึกษาเข้าร่วมโครงการแล้วจำนวนทั้งสิ้น 48 แห่ง

โครงการแลกเปลี่ยนความร่วมมือด้านวิชาการนานาชาติ (Academic Exchange Program)

สสพ. ได้ร่วมลงนามความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษา 2 แห่งในประเทศ เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษาของไทยและต่างประเทศ ในการแลกเปลี่ยนความร่วมมือระหว่างกันทั้งในด้านวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา ระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์- 2 มีนาคม 2556 สสพ. ได้ร่วมลงนามความร่วมมือกับสมาคมด้านการแสดงสินค้าของเกาหลีและสถาบันอุดมศึกษาอีก 6 แห่งในประเทศเกาหลี และได้นำคณะผู้บริหารและคณาจารย์ผู้สอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับไมซ์จากมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมโครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลเดินทางไปแลกเปลี่ยนและขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร ณ ประเทศเกาหลี จำนวนกว่า 25 ท่าน เมื่อวันที่ 17-22 มีนาคม 2556



Coach the coaches for MICE Industry

From 9-11 May 2013, TCEB organised an intensive training workshop for MICE course instructors, to enhance and update their industry knowledge. A panel of leading MICE industry experts were invited as resource persons to support teaching staff and provide the in-depth understanding of the MICE curriculum required for effective delivery to students.

2. Trade Education

Exhibition Management Degree Course

The global exhibitions industry organisation UFI has awarded TCEB the rights to deliver UFI's Exhibition Management Degree Course (EMD) in Thailand, and established Thailand as its educational hub for Asia Pacific for a period of 3 years from 2012-2014. This professional development course aims to upgrade the calibre of professional personnel in Thailand's exhibitions and trade fair industry to meet international standards. The first course was held from 6-11 May 2013.

IAPCO Regional Seminar

TCEB is partnering with the International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO) Association to deliver its seminars and accreditation courses in Thailand as a Centre for education in the Asia Pacific region for a period of 3 years from 2013 to 2015. The courses will bring IAPCO's world-renowned expertise and leadership in education to develop the potential of conference organizers both in Thailand and across the Southeast Asian region and upgrade professional standards to international levels. The first seminar was held from 17-19 July 2013.

Enhancing MICE industry knowledge

A seminar: "Event and Hospitality Management, Event Coordination: Planning, Briefing, Debriefing Techniques for Bank of Thailand" was organized on 15 March 2013 for Bank of Thailand executives, to provide knowledge and raise understanding of the MICE industry, as well as the principles of event management.

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตรเชิงปฏิบัติการด้านการจัดประชุมและนิทรรศการ

Coach the coaches for MICE Industry

งานสัมมนาเชิงปฏิบัติการเสริมศักยภาพอาจารย์ผู้สอนวิชาไมซ์แบบเข้มข้น โดยเชิญวิทยากรซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากอุตสาหกรรมไมซ์มาเป็นผู้บรรยาย เพื่อให้อาจารย์เข้าใจเนื้อหาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลที่พัฒนาขึ้นอย่างลึกซึ้ง สามารถนำไปถ่ายทอดต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อวันที่ 9-11 พฤษภาคม 2556

2. ด้านธุรกิจ

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตร Exhibition Management Degree

สสพ. ได้รับลิขสิทธิ์จากสมาคม UFI ซึ่งเป็นสมาพันธ์สมาคมธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าโลก ตั้งอยู่ที่ประเทศฝรั่งเศส ในการจัดสัมมนาหลักสูตร EMD ในประเทศไทยและให้ไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาหลักสูตรนี้ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก เป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2555-2557 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าของไทยให้มีความรู้เทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยจัดสัมมนาหลักสูตร 1 เมื่อวันที่ 6-11 พฤษภาคม 2556

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตร IAPCO Regional Seminar

สสพ. ได้รับลิขสิทธิ์จากสมาคม IAPCO ซึ่งเป็นสมาคมด้านการจัดงานประชุมอย่างมืออาชีพนานาชาติ ในการจัดสัมมนาหลักสูตร IAPCO ในประเทศไทยและให้ไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาหลักสูตรนี้ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก เป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2556-2558 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการจัดประชุมของไทยให้มีความรู้เทียบเท่ามาตรฐานสากล เมื่อวันที่ 17-19 กรกฎาคม 2556

โครงการส่งเสริมความรู้เฉพาะทางด้านไมซ์

งานสัมมนา "Event and Hospitality Management, Event Coordination: Planning, Briefing, Debriefing Techniques for Bank of Thailand" แก่ผู้บริหารธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อให้องค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ และแนวทางในการบริหารจัดการงานอีเวนต์ เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2556

โครงการสนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาให้แก่สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนสมาคมการแสดงสินค้า(ไทย) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย) ในด้านการพัฒนาบุคลากรของสมาคมฯ ในด้านที่เป็นทักษะเฉพาะทางประจำปีงบประมาณ 2556

Budget support for study for associations related to the MICE industry.

During the 2013 budget year, TCEB supported studies for personnel of the Thai Exhibition Association (TEA) and the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) in the development of specialized industry skills.

3. Creative event management

Project to strengthen the potential for creative event management in the MICE sector

On 11 January 2013, the "MICE is Digitally Yours" seminar was organized by TCEB. Ten renowned speakers shared their experiences and vision on the use of modern technology in the MICE industry. With a total of 399 participants attending the event, the seminar explored the important theme of how to harness digital media to prepare the MICE business to enter the ASEAN Economic Community.

The "PHILIP KOTLER'S Certified training in Bangkok Values Driven Marketing" seminar was held in Bangkok on 6 March 2013. Leading global marketing experts shared their insights into modern marketing. The seminar also created an opportunity for MICE industry executives to extend their networks and relationships with top executives from participating business organisations.

4. International standards

Promoting knowledge of global MICE standards and encouraging MICE operator certification

On 30 January 2013, a seminar on "MSMS: Post Disaster Management System" was convened to present a case study of standards in preparing for, and managing natural disasters for MICE-related agencies.

3. ด้านการบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์

โครงการส่งเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจไมซ์

งานสัมมนาด้านการใช้สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่สำหรับธุรกิจไมซ์ หัวข้อ "MICE is Digitally Yours" เพื่อให้องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางในการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ธุรกิจไมซ์ในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จากวิทยากรกว่า 10 ท่าน โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนทั้งสิ้น 399 คน เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556

งานสัมมนา "PHILIP KOTLER'S Certified training in Bangkok Values Driven Marketing" ให้องค์ความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่จากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดระดับโลก และสร้างโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารในอุตสาหกรรมไมซ์และผู้บริหารชั้นนำในองค์กรธุรกิจอื่นๆ เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2556

4. ด้านมาตรฐานสากล

โครงการส่งเสริมองค์ความรู้และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้การรับรองด้านมาตรฐานสากลสำหรับไมซ์

งานสัมมนาหัวข้อ "MSMS: Post Disaster Management System" เพื่อนำเสนอกรณีศึกษา มาตรฐานในการเตรียมความพร้อมและจัดการกับภัยพิบัติให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2556

นอกจากนี้ ฝ่ายฯ ได้ให้การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไมซ์ไทยได้รับการรับรองมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของสถานที่จัดงานไมซ์ TISI22300-MICE Security Management System จำนวน 1 ราย และมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร Food Safety ISO 22000 จำนวน 2 ราย และมาตรฐานการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (ISO 20121: Event Sustainability Management System) จำนวน 3 รายภายใต้งบประมาณปี 2556

5. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการจัดทำแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของอุตสาหกรรมไมซ์

สสพ. ได้ร่วมลงนามความร่วมมือกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก เพื่อร่วมมือกันจัดทำแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้า เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2556

In addition, the Department provided support to upgrade the security of the first MICE venue in Thailand to assist in obtaining certification under the TISI22300-MICE Security Management System. Also, TCEB assisted two more venues to upgrade to comply with the Food Safety ISO 22000 standard. Three event organizers were certified under the environmental sustainability standard (ISO 20121: Event Sustainability Management System) during the 2013 fiscal year.

MICE Venue Standard

TCEB initiated a project to develop a national MICE venue standard for Thailand, as a means of upgrading facilities and services across the industry to meet global standards. The standard creates an important benchmark in terms of setting common expectations across all sections of the industry and in all parts of the country. The standard will also help in preparing entrepreneurs to compete within the unified market of the AEC and at global level.

5. Sustainable conservation of the environment

Development of guidelines for assessing the carbon footprint of the MICE industry

On 14 March 2013 TCEB signed an agreement with Thailand's Greenhouse Gas Management Organization to collaborate in developing guidelines to measure the carbon footprint of Thailand's exhibitions industry.

Promoting awareness and knowledge of sustainable and environmentally-friendly event organisation

On 23 November 2012, TCEB organised a seminar to provide knowledge about sustainable event management to a group of representatives from industry bodies and engineering organisations.

On 23-27 March 2013 TCEB was invited by UFI to deliver a lecture on sustainable environmentally-friendly event management, which is helping to drive Thailand as one of Asia's most eco-friendly MICE destinations.

โครงการส่งเสริมความรู้ด้านการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การให้องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนให้แก่กลุ่มผู้แทนจากสมาคมและหน่วยงานด้านวิศวกรรม เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2555
การรับเชิญจากสมาคม UFI ในการไปบรรยายเกี่ยวกับอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นที่หนึ่งในภูมิภาคเอเชียในฐานะจุดหมายปลายทางของการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ณ ประเทศโอมาน ในวันที่ 23-27 มีนาคม 2556

โครงการสัมมนาด้านการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Sustainable Thailand)

สสพ. ประกาศตัวเป็นหน่วยงานแรกของโลกในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์นำมาตราฐานการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปใช้ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับมาตรฐานการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาและแนวทางการปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการไมซ์ไทย เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นที่หนึ่งในภูมิภาคเอเชียในฐานะจุดหมายปลายทางของการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

6. ด้านการเตรียมความพร้อมรับมือในการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

โครงการจัดทำคู่มือเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ MICE ต่อการรวมกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สสพ. ได้ร่วมลงนามความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยรังสิต ในการจัดทำคู่มือสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ให้พร้อมรุกและรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2555

โครงการสัมมนาเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ MICE ต่อการรวมกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สสพ. ได้ผลักดันจนสร้างพันธมิตรความร่วมมือกับ 7 หน่วยงานสำคัญทั้งภาครัฐ และเอกชน ประกอบด้วย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมการท่องเที่ยว สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และกองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ ในการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไมซ์ต่อการรวมกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีกรอบข้อตกลงความร่วมมือเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกันในระยะเวลา 3 ปีโดยในปี 2556 ได้มีแผนจัดกิจกรรมจัดสัมมนาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ให้บริการไมซ์ในประเทศไทย ตลอดจนจัดกิจกรรมนำผู้ประกอบการไมซ์ไทยไปศึกษาดูงานและขยายโอกาสในการดำเนินธุรกิจไมซ์กับประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีศักยภาพ เช่น เวียดนาม พม่า ลาว

Sustainable Thailand seminar

TCEB declared itself as the world's first agency to support MICE industry operators in adopting internationally recognised sustainability standards to conserve the environment. TCEB invited global experts in the field to share perspectives and background about the origins of the standard and best practice recommendations for MICE entrepreneurs. TCEB's goal is to promote Thailand as the first destination in Asia to set and adopt global standards in environmental sustainability in the event management industry.

6. Preparing for integration into the ASEAN Economic Community in 2015

Manual to assist MICE operators prepare for forthcoming integration into the AEC

On 27 November 2012, TCEB signed a Cooperation Agreement with Rangsit University to prepare a manual and guidelines for MICE industry entrepreneurs to assist them to prepare, compete and thrive in the new unified marketplace following economic integration under the AEC.

Seminar to prepare MICE operators for the ASEAN Economies Community (AEC)

TCEB promoted and established a partnership with seven major public and private agencies, including the Department of Trade Negotiations, Tourism Department, Thailand Exhibition Association, Thailand Incentive and Convention Association, and the Convention Promotion Fund. The partnership was established to support MICE operators in preparing for the new unified ASEAN market under the AEC. The framework agreement contains a 3-year plan. In 2013, seminars were organised for the industry to enhance knowledge and understanding among MICE service providers in Thailand. TCEB also supports travel for Thai MICE operators to study and expand their business opportunities to other ASEAN countries such as Vietnam, Myanmar and Lao PDR.



Government Corporate Affairs Department

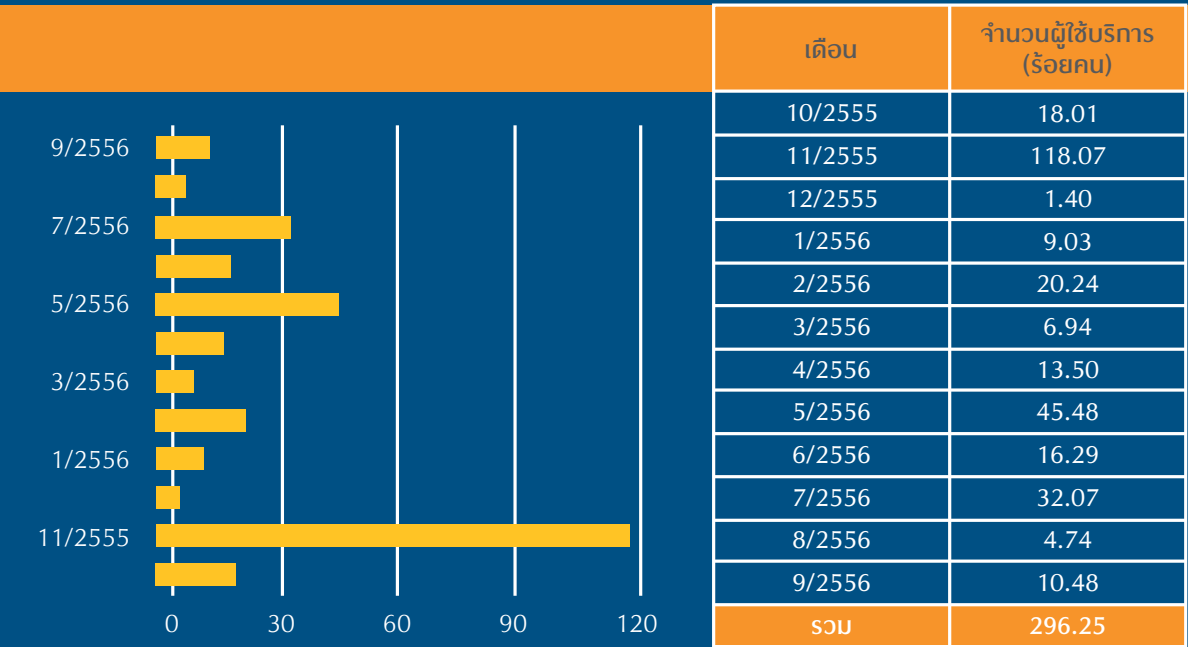
TCEB’s main mission is to build cooperation between the private sector MICE industry and public agencies and build partnerships with common goals. The overall goal is to drive a coherent industry-wide strategy, supported by an enabling policy and incentive framework. In 2013 TCEB set the following key initiatives:

1. MICE Lane at Suvarnabhumi International Airport

Providing a MICE Lane service at Suvarnabhumi Airport offers extra hospitality and convenience for MICE travelers attending events in Thailand. The TCEB Information Counter at the airport provides general information, and event details to arriving MICE travellers. This service provides a positive first impression of Thailand.

- Table showing overview of use of MICE Lane in 2013
- Results of satisfaction survey among MICE travellers using the MICE Lane in 2013 (Appendix 2)
- Production of PR brochure to introduce the MICE Lane service.

ภาพรวมจำนวนผู้ใช้บริการ MICE Lane ในปี พ.ศ.2556



ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจมีภารกิจหลักในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมไมซ์ในประเทศเป็นไปอย่างราบรื่นสะดวกและคล่องตัวตรงตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจของ สสปน. โดยในปี 2556 ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจมีภารกิจสำคัญประกอบด้วย

1. โครงการบริการ MICE Lane ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การให้บริการ MICE Lane หรือ MICE Lane Service ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้การให้บริการต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้าร่วมงานประชุมหรืองานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย โดยมีศูนย์ประสานงานท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (TCEB Information Counter) ในการบริการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์และรายละเอียดการจัดงานต่างๆ แก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เดินทางและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

- ตารางภาพรวมจำนวนผู้ใช้บริการ MICE Lane ในปี พ.ศ. 2556
- ผลสำรวจความพึงพอใจของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ที่มีต่อการใช้บริการ MICE Lane ในปี พ.ศ. 2556 (ตามแนบ 2)
- กิจกรรมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำการบริการ MICE Lane

ร้อยละความพึงพอใจที่มีต่อ MICE Lane ของนักเดินทางกลุ่ม MICE ปี 2556

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition	Total
พนักงานที่ต้อนรับท่านตั้งแต่ลงจากเครื่องบิน	95.72	89.74	96.4	96.1	94.91
พนักงานที่พาท่านผ่าน MICE Lane หรือ Fast Track	95.73	89.62	97.09	95.12	95
ความสะดวกโดยรวมที่ได้รับที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง	95.1	89.11	96.58	95.12	94.49
ความรวดเร็วของการทำงานที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง	95	89.09	96.41	94.63	94.38
ความสามารถของพนักงานที่ต้อนรับท่าน เช่น ความสามารถในการช่วยแก้ปัญหา เป็นต้น	95.26	89.32	96.48	95	94.57
ความสามารถในการสื่อสารของพนักงานที่ต้อนรับท่าน เช่น ความสามารถด้านภาษา เป็นต้น	93.88	88.05	94.02	92.68	92.87
มารยาทและความเป็นมิตรของพนักงานที่ต้อนรับท่าน	96.43	89.62	96.24	95.12	95.1
ความสะดวกในการรับกระเป๋า	92.66	86.23	92.43	93.17	91.59
ความพึงพอใจรวม	94.93	88.53	95.68	94.41	93.39

2. MICE industry training and knowledge-sharing (MICE Clinic)

Training and knowledge in the rules, regulations and practices of government agencies that can help MICE operators. In 2013, TCEB held 2 MICE Clinics, as follows:

- A MICE Clinic Seminar: "AEC and its Challenges: How the public sector prepares for MICE" was held on Friday, 7 June 2013, at Sampran Riverside, Nakhon Pathom. The objective was to provide government officials from the Office of the Bureau of Immigration and Customs with an opportunity to explain progress in preparing for the ASEAN Economic Community to industry participants, and exchange views with MICE operators. In particular, the liberalization of services (Free Flow of Services), as well as have the opportunity to exchange ideas with entrepreneurs MICE, in particular in regard to the implications of liberalisation and the free flow of goods and services.
- On 30 September 2013 a MICE Clinic held a seminar on "Passport policy to promote Thailand's MICE industry" for TCEB personnel, particularly those involved in overseas market promotion campaign. The seminar provided a better understanding and knowledge of the strategic direction and policies of the Ministry of Foreign Affairs.

2. โครงการอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Clinic)

การอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับ พิธีการหรือกฎระเบียบ ข้อปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการภาคเอกชนในธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ ในรอบปี 2556 สสพ. ได้จัดไมซ์คลินิกจำนวน 2 ครั้ง ประกอบด้วย

- กิจกรรม MICE Clinic ประชุมเสวนา หัวข้อ “ความท้าทายของประชาคมอาเซียน (AEC) : ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์” (AEC and its Challenges : How the Public Sector prepare for MICE) จัดขึ้น เมื่อวันศุกร์ที่ 7 มิถุนายน 2556 ณ โรงแรมสามพราน ริเวอร์ไซด์ จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐประกอบด้วย สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมการกงสุล และกรมศุลกากร ได้ชี้แจงถึงความก้าวหน้าในการเตรียมการรองรับกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเฉพาะการเปิดเสรีด้านบริการ (Free Flow of Services) รวมถึงได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการไมซ์
- กิจกรรม MICE Clinic ประชุมเสวนา หัวข้อ “นโยบายการตรวจลงตราหนังสือเดินทางกับการส่งเสริมขีดความสามารถให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ของไทย” จัดขึ้น เมื่อวันจันทร์ที่ 30 กันยายน 2556 ณ สสพ. เพื่อให้พนักงาน สสพ. โดยเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการส่งเสริมการตลาด มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทิศทางและนโยบายของกระทรวงการต่างประเทศ



3. Thai Team Road Shows 2013

The Thai Team Road Show 2013 brought senior executives from government agencies such as the Bureau of Immigration, Customs Department, Ministry of Foreign Affairs, and Airports of Thailand (AOT) to build confidence of overseas investors in Thailand's MICE sector, and to promote Thailand. In 2013, 3 such Thai Team roadshows were held, as follows:

- During 23-27 February 2013, senior executives of key partner agencies travelled to the Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo 2013 (AIME 2013), Melbourne, Australia, to boost confidence in Thailand's MICE business.
- During 20 - 23 May 2013, senior executives of key partner agencies travelled to attend the MICE IMEX 2013 event in Frankfurt, Germany to boost confidence in Thailand's MICE business.
- From 10-13 September 2013, senior executives of key partner agencies travelled to join the Russia MICE Road Show 2013 held in Moscow.

4. Building bonds among partners (THAI TEAM)

TCEB, and its partner agencies from government and the private sector (or the Thai Team), arranged three joint activities to promote and develop Thailand's MICE sector. These are described below.

- Held a meeting of the working group to resolve issues related to importation of goods for exhibitions. This represents a collaboration between TCEB and the Customs Department to find solutions and offer suggestions to streamline the importation of goods for conferences and trade shows.
- On Tuesday, 18 December 2012, a seminar was held at the Rati Lanna Riverside Spa Resort, Chiang Mai, for government agencies as a Pre - Familiarisation Trip. The event was attended by government agencies and the private sector as well as partner agencies such as the Bureau of Immigration, Customs Department, and Airports of Thailand, who travelled to Chiang Mai to inspect its potential as a MICE City.
- From 27-29 March 2013 TCEB hosted a Familiarisation Trip 2013 in Chiang Mai. The aim was to create awareness and understanding among TCEB's partner agencies of TCEB's role and mission of TCEB, as well as the importance of the MICE industry to the country. This contributed to improving coordination among agencies in driving Thailand's MICE industry.

3. โครงการ Thai Team Road Show 2013

โครงการ Thai Team Road Show 2013 เป็นงานที่นำคณะผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร กรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ บริษัท การทำอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน) เดินทางเข้าร่วมงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ นักลงทุน กลุ่มไมซ์ในต่างประเทศและเพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยสำหรับในรอบปีพ.ศ. 2556 จัดขึ้น ทั้งหมด 3 ครั้ง ดังนี้

- โครงการนำคณะผู้บริหารหน่วยงานพันธมิตรร่วมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซ์ ในงาน Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo 2013 (AIME 2013) ระหว่างวันที่ 23-27 กุมภาพันธ์ 2556 ณ นครเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย
- โครงการนำคณะผู้บริหารหน่วยงานพันธมิตรร่วมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซ์ ในงาน IMEX 2013 ระหว่างวันที่ 20 - 23 พฤษภาคม 2556 ณ นครแฟรงค์เฟิร์ต สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี
- โครงการนำคณะผู้บริหารหน่วยงานพันธมิตรร่วมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซ์ สำหรับงาน Russia MICE Road Show 2013 ระหว่างวันที่ 10-13 กันยายน พ.ศ. 2556 ณ กรุงมอสโก สหพันธรัฐรัสเซีย

4. กิจกรรมสานสัมพันธ์ไทยกับและหน่วยงานพันธมิตร (THAI TEAM)

สสปน. ร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนหรือ ไทยทีม (Thai Team) ร่วมส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในรอบปี 2555 ผ่านการจัดกิจกรรม จำนวน 3 ครั้ง ประกอบด้วย

- กิจกรรมการประชุมคณะทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาการนำของเข้ามาจัดประชุมและงานแสดงสินค้า (ความร่วมมือระหว่าง สสปน. และกรมศุลกากร) เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาคอขวด และข้อเสนอแนะ เรื่องการนำเข้าสิ่งของเข้ามาจัดงานประชุมและแสดงสินค้าให้เกิดความคล่องตัวมากขึ้น
- กิจกรรมงานสัมมนาหน่วยงานภาครัฐเพื่อเตรียมความพร้อม Pre - Familiarisation Trip จัดขึ้นเมื่อวันอังคารที่ 18 ธันวาคม 2555 ณ โรงแรมดิลาโนนา ริเวอร์ไซด์ สปา รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน รวมถึงหน่วยงานพันธมิตร เช่น สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร และบริษัท การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย จำกัด เดินทางเพื่อร่วมชมศักยภาพในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่
- กิจกรรมประสานความร่วมมือภาครัฐ (Familiarisation Trip 2013) ณ จังหวัดเชียงใหม่ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 27-29 มีนาคม 2556 เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐพันธมิตรรับทราบพันธกิจของ สสปน. และ ความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้นและเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์

5. TCEB Call Centre 1105

In line with TCEB's policy to facilitate visitors to obtain advice or other relevant MICE-related services, the TCEB Call Centre was set up to serve visitors quickly and efficiently, and provide accurate and updated information. Significant progress was made during 2013 in delivering this service, as follows:

- Developed a Customer Relation Management system (CRM) to support work in developing a MICE Knowledge Base, facilitate access to information for callers to the TCEB Call Centre, and monitor industry statistics.
- Developed a backup information system for the TCEB Call Centre to enhance server capacity to accommodate off-station loads and in case of emergency.
- Developed skills of Call Centre personnel via training courses to provide knowledge and improve understanding of the MICE industry, so that callers will be impressed by the high levels of professionalism and knowledge of TCEB Call Centre staff.
- Developed database for TCEB Call Centre.

5. TCEB Call Center 1105

สสพ. มีนโยบายอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อเพื่อขอรับคำปรึกษาหรือบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ จึงได้มีการจัดตั้งศูนย์บริการ TCEB Call Center เพื่อสามารถให้บริการผู้มาติดต่อได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ถูกต้องและได้มาตรฐาน สำหรับความก้าวหน้าในปี พ.ศ. 2556 ในการพัฒนาศูนย์บริการมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- พัฒนาระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation Management : CRM) เพื่อรองรับการทำงานในการจัดเก็บฐานข้อมูล (Knowledge Base) การเข้ามาใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูล TCEB Call Center และการประมวลผลในรูปแบบค่าสถิติ
- พัฒนาระบบ Backup ข้อมูล TCEB Call Center เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของ Server ในการรองรับการทำงานนอกสถานที่ และการทำงานกรณีเกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ
- พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ Call Center โดยจัดอบรมให้ความรู้และการบริการ เพื่อให้มีความเข้าใจอุตสาหกรรมไมซ์และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ TCEB Call Center
- จัดทำข้อมูลการรับสาย TCEB Call Center

Marketing and Corporate Image Department

The principal role of TCEB's Marketing and Corporate Image Department is to define the organisation's strategic marketing plan and also to communicate and raise awareness of the role of TCEB in order to present Thailand as a preferred global MICE destination. In 2013, the Department undertook the following activities.

Marketing and brand management

1. TCEB's 'new-look' corporate logo builds on the original brand image. The triangular design was selected to represent the three pillars of growth, creativity and success, whilst the change in the two colour tones also carries symbolism- yellow conveys the power of growth and wisdom, while blue represents unlimited inspiration and leadership. Overall, the logo signals modernity and innovation.
2. Developed plans to promote MICE for 2014, focusing on 'Upgrading MICE Thai MICE for quality markets', integrating with government's strategic plan (Thailand's New Growth Model). This plan serves as a foundation for drafting Annual Master Plans in collaboration with the private sector. The drafting process closely observes global MICE industry trends and also reflects the contribution of the MICE sector to the tourism sector and the country's overall economy. The plan aims to support MICE organisers in attracting more business visitors and more events, whilst enhance the country's reputation of excellence as a MICE destination, and upgrading standards of service to serve as a regional MICE hub.

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรมีหน้าที่หลักในการกำหนดแผนงานกลยุทธ์ด้านการตลาด การสื่อสาร และการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทของ สสพ. และนำเสนอประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ โดยในปี 2556 นั้นฝ่ายการตลาดได้ดำเนินการกิจสำคัญประกอบด้วย

ส่วนงานการตลาดและบริหารแบรนด์

1. การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ (Logo) ใหม่ขององค์กรโดยต่อยอดจากอัตลักษณ์เดิม แต่มุ่งเน้นการออกแบบบนพื้นฐานของโครงสร้างรูปทรงสามเหลี่ยมที่สื่อความหมายถึงการเจริญเติบโต และการมุ่งสร้างสรรค์สู่ความสำเร็จ พร้อมกับเปลี่ยนการใช้โทนสีคู่ใหม่ โดยสีเหลืองจะสื่อความหมายถึงพลังแห่งความเจริญเติบโต ความรุ่งเรือง และชุมพลังแห่งสติปัญญา ในขณะที่สีน้ำเงินจะสื่อความหมายถึงแรงบันดาลใจที่ไม่มีวันหมด ความเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ พร้อมกับสะท้อนถึงความทันสมัย
 - กิจกรรมอบรมและพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่ประสานงาน MICE Lane เพื่อพัฒนาการให้บริการของพนักงาน สสพ. อย่างมืออาชีพตามมาตรฐานสากล และเพื่อเตรียมการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อันจะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์
2. การจัดทำแผนงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ปี 2557 ของทีเส็บ เน้น 'การยกระดับไมซ์ไทยสู่ตลาดคุณภาพ' โดยบูรณาการเข้ากับยุทธศาสตร์ของประเทศตามนโยบายรัฐบาลหรือ Thailand's New Growth Model มาเป็นรากฐานของการพัฒนาแผนแม่บทประจำปี ผสมกับข้อเสนอแนะจากหน่วยงานภาคเอกชน และทิศทางแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลกที่ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อดึงงานไมซ์เข้ามาจัดในประเทศไทยให้มากขึ้น และยกระดับชื่อเสียงของประเทศไทยสู่ความเป็นเลิศในการเป็นจุดหมายปลายทางจัดงานไมซ์ที่มีคุณภาพของภูมิภาคเอเชีย

Marketing Communications

The primary mission of the marketing communications department is to create awareness about the role of TCEB as well as the MICE industry in Thailand. Key target groups include government agencies, private sector associations and educational institutions. The department communicates through local and foreign media, as well as social networks. The following activities for 2013 are highlighted below.

1. Domestic PR activities

1.1 Press conferences and exclusive media interviews during key events:

- Press Conference: Signing Ceremony for a Cooperation Agreement between TCEB and 17 institutes of higher educations in northern Thailand. The alliance will upgrade Thailand as an educational hub for MICE in the Asia-Pacific region: 19 December 2012
- Press Conference: Chiang Mai MICE Summit, 15 January 2013
- Press Conference: Exhibition Day 2013, 26 February 2013
- Press Conference: Working Group on Thailand's bid to host the World Expo 2020 Mega-event, including survey of Ayuthaya's readiness to host the event conducted during 28 February - 1 March 2013.
- Press Conference: Collaboration between TCEB and Thailand's Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) in developing guidelines to measure the carbon footprint of Thailand's exhibitions industry (14 March 2013).
- Press Conference: Signing of a Memorandum of Cooperation between TCEB and the Sapporo Convention Bureau, Japan, 19 March 2013
- Press Conference: Organization of Nuskin Corporate Meeting, 23 April 2013
- Press Conference: Signing of agreement to host ITU TELECOM WORLD 2013, 3 May 2013
- Press Conference: Signing of collaboration agreement between TCEB, Thai Pet Promotion Federation, the Food and Beverage Management Association, Eastern Region of Thailand, and the Publishers and Booksellers' Association of Thailand (PUBAT) in promoting domestic exhibition events, 6 June 2013
- Press Conference: Training seminar: ASEAN MICE Operations: Now For the Next Investment Excellence, 13 June 2013
- Press Conference: Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2013, 14 June 2013

ส่วนงานสื่อสารองค์กร

ภารกิจหลักของการสื่อสารองค์กร คือ การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทการดำเนินงานของ สสปน. ตลอดจนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย แก่กลุ่มเป้าหมายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม สถาบันการศึกษาผ่านช่องทางการสื่อสารของสื่อมวลชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยในปีงบประมาณ 2556 นั้น มีกิจกรรมสื่อสารองค์กรที่ได้ดำเนินการ ประกอบด้วย

- กิจกรรมอบรมและพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่ประสานงาน MICE Lane เพื่อพัฒนาการให้บริการของพนักงาน สสปน.อย่างมืออาชีพตามมาตรฐานสากล และเพื่อเตรียมการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อันจะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์

1. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ

1.1 การจัดงานแถลงข่าวและการสัมภาษณ์พิเศษสื่อมวลชนในงานสำคัญ อาทิ

- การแถลงข่าวพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่าง สสปน. และสถาบันอุดมศึกษา ทั้ง 17 สถาบันในภาคเหนือเพื่อยกระดับประเทศไทยศูนย์กลางการศึกษาด้านไมซ์ในภูมิภาคอาเซียนเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2555
- การแถลงข่าวกิจกรรมเชียงใหม่ไมซ์ซัมมิต (Chiang Mai MICE Summit) เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2556
- การแถลงข่าวการจัดงาน Exhibition Day 2013 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2556
- การแถลงข่าวงานคณะทำงานเพื่อประมวลสิทธิ์การจัดงาน World Expo สำนวญความพร้อมของจังหวัดอยุธยาในการเป็นเจ้าภาพงาน World Expo 2020 ในระหว่างวันที่ 28 กุมภาพันธ์ ถึง 1 มีนาคม 2556
- การแถลงข่าวความร่วมมือระหว่าง สสปน. และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ในการจัดแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของอุตสาหกรรมแสดงสินค้า เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2556
- การแถลงข่าวพิธีลงนามในบันทึกความร่วมมือระหว่าง สสปน. และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมเมืองซัปโปโร เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2556
- การแถลงข่าวการจัดประชุมกลุ่มบริษัททูลุสกิน เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2556
- การแถลงข่าวการลงนามความตกลงในการเป็นประเทศเจ้าภาพจัดงาน ITU TELECOM WORLD 2013 เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2556
- การแถลงข่าวความร่วมมือระหว่าง สสปน. สมาคมสมาพันธ์ส่งเสริมสัตว์เลี้ยงไทย สมาคมผู้บริหารงานอาหารและเครื่องดื่ม ภาคตะวันออกแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ในการส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2556
- การแถลงข่าวงานสัมมนาอบรมหลักสูตร ASEN MICE Operations: Now For the Next Investment Excellence เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2556
- การแถลงข่าวงาน Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2013 เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2556

- Press Conference: Meetings in Thailand: Domestic MICE: Confidence in Thailand, 1 July 2013, together with Press Conference for 5 MICE Cities throughout the year
- Press Conference: Seminar- “4 measures to beat the crisis...Sustainable business recovery”, 22 July 2013
- Press Conference: Across the Skies, Following the Royal Initiatives, 29 August 2013
- Press Conference: Meetings Industry Day 2013, 23 August 2013
- Press Conference: Cycle Terminal Project at QSNCC, 11 September 2013
- Press Conference: MICE Sustainability Thailand Forum 2013, 18 September 2013
- Press Conference: ASEAN We Stand, 20 September 2013
- Press Conference: Annual Meeting, Jeunesse Expo Thailand, 30 September 2013
- Press Conference: Announcing all quarterly results of the organization’s activities throughout 2013.
- Seminar for media representatives in 5 MICE Cities throughout 2013

1.2 Media relations activities

- Dinner with senior media executives and journalists
- Support for media activities on special occasions
- Attend the Annual event of the Economic Reporters Association
- Annual ‘Thank You’ event for the media.

- การแถลงข่าวโครงการ ประชุมเมืองไทย มั่นใจเมืองไทยพร้อม” เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2556 และการจัดงานแถลงข่าวโครงการใน 5 เมืองไมซ์ดีต่อเนื่องทั้งปี
- การแถลงข่าวงานสัมมนา “4 มาตรการชนะวิกฤต...ฟื้นฟูธุรกิจอย่างยั่งยืน” เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2553
- การแถลงข่าวโครงการ “ลัดฟ้าประชุมเมืองไทย อิ่มใจ...ตามรอยพระราชดำริ เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2556
- การแถลงข่าวการจัดงาน “Meetings Industry Day 2013” เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2556
- การแถลงข่าว “โครงการจุดจอตักเรียนของศูนย์ฯสิริกิติ์” เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2556
- การแถลงข่าวงาน “MICE Sustainability Thailand Forum 2013 เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2556
- การแถลงข่าว โครงการ ASEAN We Stand เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2556
- การแถลงข่าวจัดการประชุมประจำปี Jeunesse Expo Thailand เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2556
- การจัดแถลงข่าวผลการดำเนินงานขององค์กรในทุกไตรมาสตลอดปีงบประมาณ 2556
- การจัดเสวนาสื่อมวลชนให้แก่สื่อมวลชนในเมืองไมซ์ดีจำนวน 5 เมืองตลอดปีงบประมาณ 2556

1.2 การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

- การจัดกิจกรรมรับประทานอาหารร่วมกับสื่อมวลชนระดับหัวหน้าข่าวและผู้สื่อข่าว
- การสนับสนุนกิจกรรมของสื่อมวลชนในวาระพิเศษต่างๆ
- การเข้าร่วมกิจกรรมประจำปีของสมาคมผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจ
- การจัดกิจกรรมขอบคุณสื่อมวลชนประจำปี



2. International public relations activities

The Corporate Communications Department organised press conferences and media briefings during major international MICE conferences, tradeshows and roadshows, during the 2013 fiscal year, as listed below.

2.1 Press conferences during trade shows:

1. IT&CMA 2013, Bangkok, 1 October 2012
2. AIME2013, Melbourne, 26 February 2013
3. IT&CMA 2013, Shanghai, 18 April 2013
4. IMEX FRANKFURT 2013, Frankfurt, 22 May 2013
5. CIBTM 2013, Beijing, 3 September 2013.

2.2 Press conferences during Roadshows:

1. Press Conference during the London Road Show 2013, under the theme THAILAND: Connecting Opportunities for Business Events in Asia, London, 16 May 2013
2. Press Conference: collaboration between TCEB and the Union of Myanmar Federation of Chambers of Commerce and Industry (UMFCCI) to promote MICE business opportunities, 20 May 2013, Yangon, Myanmar.
3. Press Conference: Collaboration between TCEB, the Philippine Chamber of Commerce and Industry (PCCI) and the Chamber of Commerce of the Philippine Islands (CCPI) to promote MICE Industries of both Thailand and the Philippines, 24 July 2013, Manila
4. Press Conference during the Shanghai Road Show 2013, Shanghai, 5 September 2014

2.3 International Media Familiarisation Trip 2013: Journalists from 27 countries experienced Thailand's MICE concept under the theme "Adventure MICE of The Andaman", held in Krabi.



2. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

ส่วนงานสื่อสารองค์กรได้จัดงานแถลงข่าวให้แก่สื่อมวลชนในต่างประเทศในงานเทรดโชว์และโรดโชว์ในประเทศเป้าหมายหลักของธุรกิจไมซ์ตลอดปีงบประมาณ 2556 ประกอบด้วย

2.1 กิจกรรมแถลงข่าวในงานเทรดโชว์

1. งานแถลงข่าวในงาน IT&CMA 2013 เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2555 ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
2. งานแถลงข่าวในงาน AIME2013 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2556 ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย
3. งานแถลงข่าวในงาน IT&CM 2013 เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2556 ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน
4. งานแถลงข่าวในงาน IMEX FRANKFURT 2013 เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2556 ณ เมืองแฟรงก์เฟิร์ต สหพันธ์รัฐเยอรมัน
5. งานแถลงข่าวในงาน CIBTM 2013 เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2556 ณ เมืองปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน

2.2 กิจกรรมแถลงข่าวในงานโรดโชว์

1. การแถลงข่าวในงาน LONDON Road Show 2013 ภายใต้หัวข้อ THAILAND: Connecting Opportunities for Business Events in Asia เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2556 ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร
2. การแถลงข่าวความร่วมมือระหว่าง สสปน. และ สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (UMFCCI) เพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2556 ณ กรุงย่างกุ้ง สหภาพเมียนมาร์
3. การแถลงข่าวความร่วมมือระหว่าง สสปน. และ Philippine Chamber of Commerce and Industry (PCCI) and the Chamber of Commerce of the Philippine Islands (CCPI) เพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของทั้งสองประเทศ เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 ณ กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์
4. การแถลงข่าวในงาน Shanghai Road Show 2013 เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2557 ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน

2.3 กิจกรรม International Media Familiarisation Trip 2013 เพื่อเชิญสื่อมวลชนจำนวนกว่า 27 ประเทศ เข้าร่วมสัมผัสประสบการณ์การจัดงานไมซ์ในประเทศไทย ภายใต้แนวคิด The Adventure MICE of The Andaman ณ จังหวัดกระบี่

3. Corporate Communications

TCEB's communication activities aim to create a positive public image and understanding of its role in promoting the country's MICE business. Key activities in 2013 are highlighted below.

1. The TCEB NEWSLETTER publicizes TCEB's role, strategies and activities, and is circulated to government agencies and private sector MICE operators, educational institutions and the media.
2. The MICE Journal was launched to present more in-depth articles on the MICE industry both in Thailand and overseas, that may be useful and relevant to readers. The journal is circulated to MICE operators and the business community.
3. TCEB's Annual Report presents an overview of the organization and summarizes strategies, key projects and accomplishments, and is circulated to relevant agencies and private sector operators.
4. Organisation of a Conference to announce the outcomes and accomplishments of its operations for the year 2013 under the theme 'From Growth Model to Growth Driver', held on 11 November 2013.

3. กิจกรรมสื่อสารองค์กร

กิจกรรมสื่อสารองค์กรของ สสปน. จะดำเนินการเพื่อสร้างภาพลักษณ์และบทบาทที่ดีของหน่วยงานภาครัฐอันมีพันธกิจในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของประเทศโดยมีกิจกรรมที่ดำเนินงานหลักประกอบด้วย

1. การจัดทำนิตยสาร TCEB NEWSLETTER เพื่อประชาสัมพันธ์บทบาทการดำเนินงานของ สสปน. เผยแพร่แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการไมซ์ สถาบันการศึกษาและสื่อมวลชน
2. การจัดทำวารสาร MICE Journal เพื่อนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประโยชน์และมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยและนานาชาติ เพื่อเผยแพร่ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการไมซ์ และกลุ่มนักธุรกิจ
3. การจัดทำรายงานประจำปีขององค์กรเพื่อนำเสนอถึงภาพรวมการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนแผนงานส่งเสริมธุรกิจไมซ์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการไมซ์
4. การจัดงานแถลงผลการดำเนินงานประจำปีขององค์กรในปี 2556 ภายใต้แนวคิด From Growth Model to Growth Driver เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2556 (ใช้งบประมาณปี 2556)



Marketing activities

1. TCEB booth in domestic tradeshow

- Designed and organised a Pavilion to promote Thailand's bid for the right to host the World Expo 2020 in Ayutthaya, October 2012.
- Designed and organised a Pavilion to promote Thailand's bid for the right to host the World Expo 2020 in Ayutthaya as part of the Miss Tourism World 2012 contest at Siam Niramit, Bangkok, on 16 December 2012.
- Designed and organised a Pavilion to promote Thailand's bid for the right to host the World Expo 2020 in Tung Hantra, Ayutthaya, 24 January 2013.
- Designed and organised a Pavilion to promote Thailand's bid for the right to host the World Expo 2020 to celebrate the Chinese New Year in the old capital of Ayutthaya Province, 12 February 2013.
- Organised a TCEB PR booth at the ASEAN Business Forum 2013 at Plaza Athenee Hotel, Bangkok, 27-28 February 2013
- Designed and organised a Pavilion to promote Thailand's bid for the right to host the World Expo 2020 in Tung Hantra, Ayutthaya on 21 March 2013.
- Designed and organised a Pavilion to promote Thailand's bid for the right to host the World Expo 2020 in Tung Hantra, Ayutthaya, 15-16 May 2013
- Organised TCEB Pavilion at the 'Thais Travel in Thailand' Fair at Impact Arena Muang Thong Thani, Bangkok, 4-9 June, 2013.
- Managed a TCEB booth to showcase GCA activities and highlight the readiness of government agencies to support Thailand's MICE sector competitiveness in the unified market of the AEC (7 June, 2013).
- Designed and built a TCEB Pavilion to raise awareness of TCEB's mission in 3 provinces - Bangkok (1-3 July, 2013), Khon Kaen (29-30 July, 2013), and Chiang Mai (12-14 September, 2013).
- Support the ASEAN Business Forum organized by the Thailand Management Association (TMA), 27-28 February 2013.

ส่วนงานกิจกรรมการตลาด

1.การจัดทำบูธนิทรรศการ สสปท. ในงานจัดแสดงสินค้าในประเทศ

- บริหารจัดการการจัดศาลาเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการการประมูลสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กโป 2020 ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ตุลาคม 2555)
- บริหารจัดการการจัดทำบูธเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการการประมูลสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กโป 2020 ภายในงานประกวด "Miss Tourism World 2012 ณ โรงละครสยามนิรมิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2555
- บริหารจัดการการจัดศาลาเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการการประมูลสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กโป 2020 ณ ห้างหุ้นตรา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2556
- บริหารจัดการการจัดทำบูธเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการการประมูลสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กโป 2020 ตรุษจีนกรุงเก่า ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2556
- บริหารจัดการการจัดบูธประชาสัมพันธ์องค์กร ในงาน ASEAN Business Forum 2013 ณ โรงแรมพลาซ่า แอทธินี จังหวัดกรุงเทพ ระหว่างวันที่ 27-28 กุมภาพันธ์ 2556
- บริหารจัดการการจัดศาลาและจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการการประมูลสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กโป 2020 ณ ห้างหุ้นตรา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2556
- บริหารจัดการการจัดศาลาและจัดทำกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการการประมูลสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กโป 2020 (World Expo 2020) ณ ห้างหุ้นตรา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระหว่างวันที่ 15-16 พฤษภาคม 2556
- บริหารจัดการ TCEB Pavilion ในงานไทยเที่ยวไทย ศูนย์ประชุม อิมแพ็คอารีนา เมืองทองธานี เมื่อวันที่ 4-9 มิถุนายน 2556
- บริหารจัดการการจัดบูธกิจกรรมของส่วนงาน GCA เรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ ในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อการเปิดประชาคมอาเซียน เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2556
- บริหารจัดการการออกแบบและก่อสร้าง TCEB Pavilion เพื่อประชาสัมพันธ์ TCEB ไปสู่ 3 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ (1-3 กรกฎาคม 2556), ขอนแก่น (29-30 กรกฎาคม 2556), และเชียงใหม่ (12-14 กันยายน 2556)
- บริหารจัดการสนับสนุนงาน ASEAN Business Forum จัดโดย สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) วันที่ 27-28 กุมภาพันธ์ 2556

2. TCEB Event marketing activities (domestic and overseas)

- Organised activities during the MICE Summit 2013 promote the conventions and exhibitions business in Thailand (Year of MICE 2013) at the Rati Lanna Hotel, Chiang Mai on 13 January 2013.
- Organised the visit and welcome for the visit of the Secretary General of the World Expo and representatives from Member States in their capacity as members of the Selection Committee for the venue for hosting World the World Expo 2020, from 28-30 January 2013.
- Organised Exhibition Day in Bangkok, by the International Exhibitions Department, 26 February 2013.
- Organised Signing ceremony for Cooperation Agreement between TCEB and executives of Sapporo International Communication Plaza at the Chiang Mai International Convention and Exhibition Centre, 19 March 2013.
- Organised Soft Launch of TCEB's Intelligence Centre, 26 March 2013
- Organised seminar for MICE operators and media representatives in Phuket, 25-26 April 2013.
- Organised TCEB Road show in London 2013, 16 May 2013
- Organised Signing Ceremony to Cooperation Agreement for Thailand to host ITU Telecom World 2013, 3 May 2013
- Organised the second in a series of seminars to build MICE awareness and understanding "Year Of MICE- Chiang Mai ready!" at the Chiang Mai Orchid Hotel, 18 June 2013
- Organized Press Conference: "Meetings in Thailand- Following the Royal Footprints," 29 August 2013
- Organized Exhibition Dinner Forum, 20 September 2013
- Organized Bloomberg CEO Summit 2013, 24 September 2013.

2. จัดกิจกรรมอีเวนต์การตลาดของสสป.ในและต่างประเทศ

- บริหารจัดการกิจกรรมโครงการ MICE Summit เพื่อส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ จังหวัดเชียงใหม่ 2556 (Year of MICE 2013) ณ โรงแรมรัตนานา จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2556
- บริหารจัดการการจัดการต้อนรับเลขาธิการสำนักงานมหกรรมโลกฯ พร้อมผู้แทนรัฐสมาชิก ในฐานะคณะกรรมการตัดสินในการเลือกเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลก World Expo 2020 เมื่อวันที่ 28-30 มกราคม 2556
- บริหารจัดการกิจกรรมงาน Exhibition Day ณ จังหวัดกรุงเทพ ฝ่ายการแสดงสินค้านานาชาติ เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2556
- บริหารจัดการการจัดพิธีลงนามในบันทึกความร่วมมือระหว่าง ทีเส็บ และ คณะผู้บริหารจาก Sapporo International Communication Plaza ณ ศูนย์ประชุม และแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ ๗ รอบพระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2556
- บริหารจัดการงาน Soft Launch TCEB's Intelligence Center เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2556
- บริหารจัดการกิจกรรมสัมมนาผู้ประกอบการและสื่อมวลชนจังหวัดภูเก็ต ระหว่างวันที่ 25-26 เมษายน 2556)
- บริหารจัดการกิจกรรม TCEB Road show in London 2013 เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2556
- บริหารจัดการพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงการเป็นประเทศเจ้าภาพการจัดงาน ITU Telecom World 2013 เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2556
- บริหารจัดการงานโครงการอบรมสัมมนาสร้างเสริมความเข้าใจอุตสาหกรรมไมซ์ "Year Of MICE เชียงใหม่พร้อม" ครั้งที่ 2 ณ โรงแรมเชียงใหม่ฮิลล์ เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2556
- บริหารจัดการงาน Press Conference ประชุมเมืองไทยตามรอยโครงการในพระราชดำริ เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2556
- บริหารจัดการงาน Exhibition Dinner Forum เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2556
- บริหารจัดการงาน Bloomberg CEO summit 2013 เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2556

WORLD ECONOMY AND MICE INDUSTRY TRENDS 2013



World Economy Trends

In 2013, the global economy showed positive signs of recovery, especially in the United States and China, as well as other Asian countries. The US recovery was driven by an improvement of the real estate sector, the rise of stock prices and properties, less restrictive monetary policies, and lowering of household and private debt.

China's economy was propelled by positive factors including its monetary policy, which helped to drive healthy growth of 8.3 per cent over the previous year. In Europe, the recovery took longer, due to stricter financial policies among member countries, and the impact on the expansion of monetary inflow.

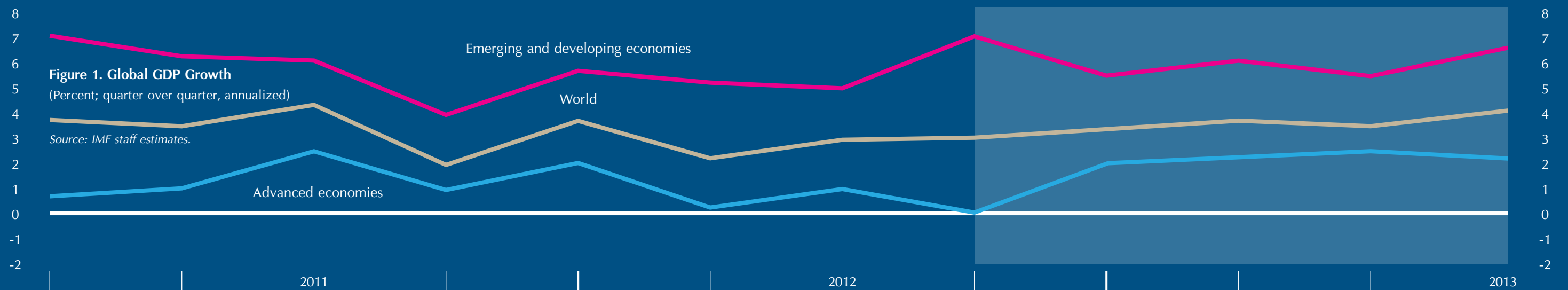
In Europe, despite a strengthening of the Euro, the overall economic climate remained volatile. The European Central Bank also sharply lowered interest rates allowing depreciation of the regional currency. Similarly, small improvements in the Japanese economy were the result of monetary policy, slow recovery, and depreciation of the Yen against other currencies.

The global economy overall, however, picked up in line with overall improvement in the US, China, and Asia during the second half of 2013.

แนวโน้มเศรษฐกิจโลก

สำหรับเศรษฐกิจโลกในปี 2556 นั้น ส่งสัญญาณการฟื้นตัวที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน ตลอดจนประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย ด้านของเศรษฐกิจสหรัฐฯ มีแนวโน้มพัฒนาไปในทิศทางที่ดี โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก (1) การฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ (2) การเพิ่มขึ้นของราคาหลักทรัพย์และที่อยู่อาศัย (3) การดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลาย (4) การปรับตัวดีขึ้นของงบดุลภาคครัวเรือน และธุรกิจเอกชน

อีกประเทศที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการดำเนินนโยบายการเงิน จึงทำให้เศรษฐกิจของจีนขยายตัวได้ประมาณร้อยละ 8.3 จากปีที่ผ่านมา ส่วนในด้านของฝั่งยุโรปนั้น ยังมีแนวโน้มฟื้นตัวล่าช้ากว่าภูมิภาคอื่นๆ เนื่องจากการดำเนินนโยบายการคลังแบบเข้มงวดของประเทศสมาชิกและผลกระทบจากการดำเนินมาตรการขยายปริมาณเงินของประเทศต่างๆ แม้ว่าเงินยูโรจะแข็งค่าขึ้นรวมทั้งเศรษฐกิจยังอยู่ในภาวะอ่อนตัวแต่เนื่องจากในต้นปีธนาคารกลางยุโรปผ่อนคลายนโยบายทางการเงินเพิ่มเติมทำให้ค่าเงินยูโรจะเริ่มอ่อนค่าลงในช่วงหลังของปี เช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่นที่การฟื้นตัวยังมีข้อจำกัดจากการแข็งค่าของอัตราแลกเปลี่ยนในปีที่ผ่านมาและการฟื้นฟูประเทศ และปัจจัยทางการเงินต่างๆ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพียงเล็กน้อยและเงินเยนจะยังอ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจโลกในช่วงครึ่งหลังของปี 2556 ขยายตัวเร่งขึ้นจากช่วงปีแรกตามแนวโน้มการปรับตัวดีขึ้นของเศรษฐกิจสหรัฐฯ จีน และกลุ่มประเทศในเอเชีย



Global MICE Industry Trends

แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ของโลก

World Travel

According to the World Travel Trends Report 2013 by ITB Berlin, the world travel industry showed positive signs of growth despite the uncertain economic situation around the world. Outbound travel continued to grow by 4 per cent, while spending was up by 6 per cent. The report also stated that:

- Prospects for BRIC economies remain good despite slowing growth in some countries (e.g. China and Brazil) and middle-class consumers in these markets will continue to have more disposable income for travel. World outbound travel grew solidly in 2013, according to results from IPK International's World Travel Monitor (WTM).
- These figures represent solid demand despite financial crises, recessions, political turmoil and civil unrest in various parts of the world. Travelling will continue to be a global mega-trend. Today, one-third of the human race is travelling. Moreover, this year's figures maintain the good growth rates seen since 2010.
- The outlook for world outbound travel in 2014 is positive, the World Travel Monitor showed. Based on the survey results, IPK forecasts robust growth of 4-5 per cent for the worldwide international travel market in 2014.
- Looking further ahead to 2020, IPK predicted modest growth in the developed world will mainly come from more trips per inhabitant, leading to higher travel frequency. In contrast, emerging markets will grow fast due to a surge in first-time visitors, especially from Asia, the Middle East, and Latin America.
- China continued its dramatic growth with a 26 per cent rise in outbound trips this year and is now number one for total spending, number two for the volume of trips and number four for the quantity of overnight stays. Russia is growing fast, with a 12 per cent increase in trips this year, while Brazil is rose 6 per cent.
- Europe has had a good year for outbound and inbound travel and tourism in 2013 despite the continent's economic problems. Higher growth is predicted for outbound travel in 2014 while inbound travel might be slower.
- Over the past five years spending on holidays has grown by 25 per cent and on 'Visiting Family & Friends' (VFR) by 17 per cent, while business travel only increased by 16 per cent.

การเดินทางของโลก

ตามรายงานแนวโน้มการเดินทางโลกของ ITB Berlin ปี 2556/2557 (ITB World Travel Trends Report 2013) อุตสาหกรรมการเดินทางทั่วโลก (World Travel Industry) มีการเติบโตที่ดี ในปี 2556 แม้เศรษฐกิจโลกจะมีความไม่แน่นอนก็ตาม จำนวนเที่ยวการเดินทางออกนอกประเทศ (Outbound Travel) เติบโต 4% ส่วนการใช้จ่ายเติบโต 6% โดยมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

- เศรษฐกิจกลุ่มประเทศบริกส์ (BRIC) ยังมีเส้นทางที่ดี แม้ว่าในบางประเทศเช่นจีนและบราซิล จะมีการเติบโตที่ลดลง แต่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชนชั้นกลางในตลาดเหล่านี้จะยังคงมีรายได้ที่สามารถใช้จ่ายเพื่อการเดินทางมากขึ้น ทั้งนี้รายงาน IPK International's World Travel Monitor (WTM) ชี้ว่าการเดินทางออกนอกประเทศทั่วโลกเติบโตขึ้นอย่างมากในปี 2556
- ข้อเท็จจริงและตัวเลขเหล่านี้แสดงถึงอุปสงค์ที่ดียิ่ง การเดินทางยังคงเป็นกระแสสำคัญระดับโลก แม้ว่าจะมีวิกฤตการณ์ทางการเงิน ภาวะเศรษฐกิจถดถอย สภาพการเมืองที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และสภาวะสังคมไม่สงบในพื้นที่หลายภูมิภาคก็ตาม ทั้งนี้ประชากรจำนวน 1 ใน 3 กำลังเดินทางกันทั่วโลก ตัวเลขปี 2556 ยังคงอัตราการเติบโตที่ดีต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2553
- กลุ่มบริษัทที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism Consulting Group) ที่มีชื่อเสียงทั่วโลกพยากรณ์ว่า ในปี 2557 ตลาดการเดินทางระหว่างประเทศทั่วโลกจะเติบโตในระดับ 4 – 5% สำหรับในปี 2563 คาดว่าในกลุ่มเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้วนั้น ตลาดการเดินทางระหว่างประเทศจะมีการเติบโต 'พอสมควร' ซึ่งโดยหลักๆแล้วจะเป็นผลมาจากการที่จำนวนเที่ยวในการเดินทางต่อพลเมืองหนึ่งรายเพิ่มขึ้น ทำให้มีความถี่ในการเดินทางสูงขึ้น ตลาดใหม่ที่เติบโตขึ้นนั้นจะเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจากมีนักเดินทางที่เดินทางเป็นครั้งแรกจำนวนมาก การเติบโตอย่างแข็งแกร่งในภาคการเดินทางระหว่างประเทศในกลุ่มประชากรของตลาดแห่งใหม่ๆที่กำลังเจริญขึ้นมาทั่วโลกนั้นเป็นรากฐานหลักของแนวโน้มการเดินทางระดับภูมิภาคในปี 2556 โดยที่ภูมิภาคเช่นเอเชีย ตะวันออกกลาง และลาตินอเมริกาจะเติบโตเป็นอย่างมาก
- จีนยังคงเติบโตเป็นดาวเด่น โดยจำนวนการเดินทางออกนอกประเทศจีนเพิ่มขึ้น 26% ในปีนี้ อนึ่ง จีนครองอันดับ 1 สำหรับการใช้จ่ายรวม อันดับ 2 สำหรับจำนวนเที่ยวการเดินทาง และอันดับ 4 ด้านจำนวนคืนที่พักแรม ส่วนจำนวนเที่ยวในการเดินทางออกนอกประเทศของคนรัสเซียเพิ่มขึ้น 12% ในขณะที่ตัวเลขของบราซิลเพิ่มขึ้น 6%
- สำหรับการเดินทางและการท่องเที่ยวขาเข้าและขาออกของทวีปยุโรปในปี 2556 นับว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แม้จะมีปัญหาด้านเศรษฐกิจก็ตาม ทั้งนี้มีการพยากรณ์ว่าการเดินทางออกนอกประเทศของคนยุโรปในปี 2557 จะมีการเติบโตสูงขึ้น ในขณะที่ตัวเลขการเดินทางเข้าประเทศอาจจะเติบโตช้ากว่าอยู่พอสมควร
- การเดินทางเพื่อพักผ่อนเติบโตเร็วกว่าการเดินทางเพื่อธุรกิจอย่างชัดเจน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การใช้จ่ายสำหรับวันหยุดเพิ่มขึ้น 25% และการใช้จ่ายสำหรับ 'การเยี่ยมครอบครัวและเพื่อน' หรือ Visiting Family and Friends (VFR) เพิ่มขึ้น 17% ส่วนการเดินทางเพื่อธุรกิจเพิ่มขึ้น 16%

Global MICE Industry Trends

- In the business travel market, there has been an interesting shift in demand. The MICE sector has grown much faster than traditional business travel since 2009. Substantial cuts in corporate travel spending are a key reason behind this trend. Over the first eight months of 2013, the MICE segment grew by 6 per cent while traditional business travel shrank by 10 per cent. The MICE segment now accounts for 54 per cent of the total business travel market.
- Within the MICE segment, incentives (61 per cent), conventions (44 per cent) and conferences (27 per cent) have all grown strongly since 2009 on a cumulative basis while traditional company trips have declined by 10 per cent.
- World tourism is continuing to power ahead this year after a new record in 2012 when international arrivals broke through the one-billion barrier for the first time. However, for 2014 the UNWTO remains cautious due to the uncertain global economic situation.
- The travel and tourism industry directly contributes US\$2.1 trillion to the world economy, according to the WTTC. This figure rises to more than US\$6 trillion when incorporating indirect effects, representing about 9 per cent of global GDP. Moreover, the sector employs 102 million people, representing 8.7 per cent of all jobs worldwide.

แนวโน้มการเดินทางของ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ของโลก

- ภายในตลาดการเดินทางเพื่อธุรกิจ (Business Travel Market) นั้น ภาคอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Sector) เติบโตรวดเร็วกว่าภาคการเดินทางธุรกิจรูปแบบเดิม (Traditional Business Travel) มากนับตั้งแต่ปี 2552 ซึ่งการตัดงบเดินทางของบริษัทอย่างมากเป็นเหตุผลหลักสำหรับแนวโน้มนี้ ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2556 ภาคอุตสาหกรรมไมซ์โตขึ้น 6% ในขณะที่การเดินทางธุรกิจในรูปแบบเดิมลดลง 10% ภาคอุตสาหกรรมไมซ์คิดเป็นสัดส่วน 54% ของตลาดการเดินทางธุรกิจรวม (Total Business Travel Market)
- ทั้งนี้ภายในภาคอุตสาหกรรมไมซ์เองนั้นภาคการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) ภาคการประชุมนานาชาติ (Conventions) และภาคการประชุม (Conferences) เติบโตในอัตรา 61% อัตรา 44% และอัตรา 27% ตามลำดับนับตั้งแต่ปี 2552 โดยเป็นยอดสะสม ในขณะที่การเดินทางของบริษัทในรูปแบบเดิมลดลง 10%
- ในปี 2556 การท่องเที่ยวทั่วโลกยังมีพลังเติบโตไปข้างหน้าหลังจากที่ได้ทำลายสถิติในปี 2555 โดยมีนักเดินทางระหว่างประเทศเดินทางไปเยือนประเทศอื่นถึงหลัก 1 พันล้านคนเป็นครั้งแรก อย่างไรก็ตามก็ต้องมีการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ หรือ United Nations World Tourism Organization (UNWTO) ยังสงวนท่าทีสำหรับปี 2557 เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกมีความไม่แน่นอน
- แม้ว่าการเดินทางและการท่องเที่ยวยังคงเติบโตในแง่ปริมาณ ทว่าการเติบโตทางด้านผลประโยชน์ทางการเงินชะลอตัวลงเล็กน้อยในปี 2556 ตามข้อมูลของ World Travel and Tourism Council (WTTC) อุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยวสร้างรายได้ทางตรงให้แก่เศรษฐกิจโลกจำนวน 2.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ตัวเลขนี้จะเพิ่มขึ้นเป็นกว่า 6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ เมื่อรวมผลทางอ้อมด้วย ซึ่งมีค่าเท่ากับประมาณ 9% ของจีดีพีโลก นอกจากนี้ อุตสาหกรรมไมซ์จ้างงานคนจำนวน 102 ล้านคน คิดเป็น 8.7% ของตำแหน่งงานทั่วโลก

Meetings Industry

After years of global economy vulnerability, the meetings industry finally started to gain stability thanks to industry policies and promotions that helped drive growth and vibrancy of the sector. Noteworthy trends also include:

- During the past two years, the sector focused mainly on cost-efficiency budgets and activities. Economic issues and instability in many parts of the European Union has come into play.
- The situation in Europe varied from one country to another. The meetings industry in Germany and the United Kingdom showed positive signs, while France, Sweden, and Spain displayed a minor decline in spending, visitor numbers, and number of meetings for 2014. At the same time, many organisations within the BRICS countries continued to plan meetings in those countries.
- Today, the use of advanced information technology and social media to facilitate meetings plays a growing and significant role. The expectation for interaction between other meeting delegates, the ability to exchange opinions and review progress of meetings, as well as access in-depth information about the presenter and contents are all at the fore. The right communications tool will help lighten the load of conducting effective meetings, while other factors include security and stability, globalization, and change perception.

อุตสาหกรรมการประชุม

หลังจากที่เศรษฐกิจโลกมีความไม่แน่นอนเป็นเวลาหลายปี อุตสาหกรรมการประชุมเริ่มมีเสถียรภาพอีกครั้งหนึ่ง นโยบายและแผนงานอุตสาหกรรมซึ่งมุ่งช่วยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นมีผลต่อเสถียรภาพและการขยายตัว โดยที่แนวโน้มสำคัญในภาคส่วนการประชุม (Meetings) มีดังนี้

- ภาคส่วนการประชุมเติบโตในหลายภูมิภาคในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา งบประมาณและกิจกรรมแบบประหยัดถือเป็นกระแสหลัก ทั้งนี้ต้องมีความระมัดระวังเกี่ยวกับประเด็นท้าทายด้านเศรษฐกิจและความไม่แน่นอนที่ยังส่งผลกระทบต่อประเทศในสหภาพยุโรปบางประเทศ
- ทวีปอเมริกาทวีปยุโรปนั้นมีความแตกต่างหลากหลายกันมากตามรายประเทศ เยอรมนีและสหราชอาณาจักรมีผู้ทางสโตนในภาคส่วนการประชุมเกือบทุกรายการ ทว่าในประเทศฝรั่งเศส สวีเดน และสเปนนั้นคาดการณ์ว่าจะถดถอยลงเล็กน้อยในบางรายการ อาทิ การใช้จ่าย จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม และจำนวนการประชุมในปี 2557 ในช่วงเวลาเดียวกันกับที่บริษัทต่างๆ ขยายตัวในกลุ่มประเทศบราซิล (บราซิล, รัสเซีย, อินเดีย และจีน) นั้น ก็มีความพยายามที่จะสร้างแผนงานการประชุมอย่างเป็นทางการในบรรดาประเทศเหล่านี้ด้วย
- ในปัจจุบันการใช้เครื่องมือสารสนเทศเพื่อการประชุมและสื่อสารในบริบทการประชุมมีมากขึ้น ความคาดหวังเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมประชุมรายอื่นๆ ความสามารถในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทบทวนความคืบหน้าในการประชุมที่กำลังดำเนินอยู่ ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูลในเชิงลึกยิ่งขึ้นเกี่ยวกับผู้นำเสนอและเนื้อหาที่นำเสนอเพิ่มขึ้น การใช้เครื่องมือการสื่อสารที่เหมาะสมจะช่วยบรรเทาแรงกดดันในการดำเนินงานได้หลายประการ ซึ่งรวมถึงประเด็นด้านความปลอดภัยและความมั่นคง ประเด็นโลกาภิวัตน์ ความคาดหวังของผู้เข้าร่วมประชุมที่เปลี่ยนแปลง และอื่นๆ

Top 10 Asia-Pacific and Oceania Cities based on Meetings & Events Activity

เมือง 10 อันดับแรกในเอเชีย แปซิฟิก และโอเชียเนีย สำหรับการประชุมธุรกิจโดยพิจารณาจากกิจกรรมการประชุมและอีเวนต์ (2556)

- 1 Shanghai
เซี่ยงไฮ้
- 2 Singapore
สิงคโปร์
- 3 Sydney
ซิดนีย์

- 4 Hong Kong & Macau
ฮ่องกงและมาเก๊า
- 5 Bangkok & Chiang Mai
กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่
- 6 Tokyo
โตเกียว

- 7 Beijing
ปักกิ่ง
- 8 Ho Chi Minh & Hanoi
โฮจิมินห์และฮานอย
- 9 Mumbai
มุมไบ

- 10 Oakland & Queenstown
โอ๊คแลนด์และควีนส์ทาวน์

Source: American Express Meetings & Events Destination Analysis, October, 2013. Ref. Issa Jouaneh, American Express 2014 Global Meetings and Events Forecast, Table 12, p. 68. http://www.congreswereld.nl/files/documents_upload/documents_upload_2013/2014_Meetings_Forecast_FINAL_US.pdf. (Accessed 10 March 2014)

Association Conventions

The International Congress and Convention Association (ICCA) reported that the international association meetings market would continue to grow significantly in 2012. ICCA members and researchers reported there were up to 11,150 association events taking place in 2012, 1,000 more events than 2011.

Table 3 Numbers of Association Meetings in 2012

No.	Country	Numbers of Association events
1	United States	833
2	Germany	649
3	Spain	550
4	United Kingdom	477
5	France	469
6	Italy	390
7	Brazil	360
8	Japan	341
9	Netherlands	315
10	China	311
11	Austria	278
12	Canada	273
13	Australia	253
14	Switzerland	241
15	Sweden	233
16	South Korea	229
17	Portugal	213
18	Argentina	202
19	Belgium	194
20	Denmark	185
	Total	11,219

Source: ICCA. The Association Meetings Market 2012. Worldwide Rankings: number of meetings per country. Country and City Rankings 2012. International Association Meetings Market. Abstract for international associations, press, universities, students and consultants, p. 13.

การประชุมสมาคมนานาชาติ

International Congress and Convention Association (ICCA) รายงานว่าในปี 2555 ตลาดการประชุมสมาคมระหว่างประเทศ (International Association Meetings Market) ยังมีความแข็งแกร่งต่อเนื่องสมาชิก ICCA และคณะวิจัยขององค์กร ICCA ระบุว่ามีการจัดอีเวนต์สมาคม (Association Events) กว่า 11,150 ครั้ง ในปี 2555 ซึ่งมีจำนวนมากกว่าที่จัดในปี 2554 เป็นจำนวน 1,000 ครั้ง

ตารางที่ 3 จำนวนการประชุมสมาคม (Association Meetings) ต่อประเทศในปี 2555

ลำดับ	ประเทศ	จำนวนการประชุม
1	สหรัฐอเมริกา	833
2	เยอรมนี	649
3	สเปน	550
4	สหราชอาณาจักร	477
5	ฝรั่งเศส	469
6	อิตาลี	390
7	บราซิล	360
8	ญี่ปุ่น	341
9	เนเธอร์แลนด์	315
10	จีน	311
11	ออสเตรีย	278
12	แคนาดา	273
13	ออสเตรเลีย	253
14	สวิตเซอร์แลนด์	241
15	สวีเดน	233
16	เกาหลีใต้	229
17	โปรตุเกส	213
18	อาร์เจนตินา	202
19	เบลเยียม	194
20	เดนมาร์ก	185
	รวม	11,219

The distinctive characteristics of the international association meetings market can be described as below;

- Top 10 countries ranking varies only marginally, with the first seven countries remaining unchanged and led by the United States, Germany, and Spain, while Japan returned to the Top 10 ranking, moving up from 13th to 8th.

In Asia and Oceania, the market can be divided in to five geographic sectors. Overall, the East Asia segment is the market's top achiever, followed by Southeast Asia. The rankings in the brackets represent the respective country's global position.

- In 2012, the international association sector posted strong growth despite global economic uncertainty. ICCA pointed out that supporting factors for growth of the sector stem from (1) Almost all international associations have a statutory duty to meet on a regular basis, and their annual or biannual main congresses have become increasingly "mission critical" for their communities of members and stakeholders; (2) Economic strength in certain regions of the world is stimulating growth in regionally rotating association meetings, particularly in Asia and Latin America, but we now also see this trend starting to emerge in regions such as Africa and the Middle East; (3) Association congresses are to a large extent driven by scientific, healthcare and technological advances, and we are continuing to live in an era where the accelerated expansion of discovery and innovation is at unprecedented levels, creating entirely new associations and events to share insight into and develop new business from this new knowledge.
- All this augurs well for continuing growth in the future, and any destination or company that wishes to be a serious long-term player in the international meetings business should in ICCA's view make sure they are involved in the international association sector¹.

ลักษณะเด่นของตลาดการประชุมสมาคมระหว่างประเทศ (International Association Meetings Market) มีดังนี้

- ประเทศ 10 อันดับแรกมีอันดับเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย โดยที่ 7 อันดับแรกยังคงมีลำดับเดิม นำโดยสหรัฐฯ เยอรมนี และสเปน สำหรับญี่ปุ่นนั้นกลับมาสู่กลุ่ม 10 อันดับแรก โดยขยับจากลำดับที่ 13 สู่อันดับที่ 8 ในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียนั้น สามารถแบ่งประเทศที่เป็นเจ้าภาพกิจกรรมการประชุมสมาคมระหว่างประเทศตามกลุ่มภูมิศาสตร์ได้ 5 กลุ่ม โดยรวมแล้วเอเชียตะวันออกเป็นภูมิภาคที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด ตามมาด้วยเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้อันดับในวงเล็บหมายถึงอันดับเปรียบเทียบในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียทั้งหมด
- ในปี 2555 ภาคส่วนสมาคมระหว่างประเทศ (International Association Sector) แสดงถึงการเติบโตอย่างเข้มแข็งดังที่เป็นมาตลอดหลายปีนี้แม้เศรษฐกิจโลกจะมีความไม่แน่นอนก็ตาม ICCA เล็งเห็นว่าเหตุผลหลักสำหรับสภาพการณ์นี้คือ 1) สมาคมระหว่างประเทศ (International Associations) เกือบทุกแห่งมีหน้าที่ตามบทบัญญัติที่จะต้องประชุมสม่ำเสมอ และการประชุมประจำปีหรือราย 2 ปีของสมาคมเหล่านี้ 'มีลักษณะนัยยะสำคัญยิ่งต่อการกิจ' 2) ความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในบางภูมิภาคของโลกกระตุ้นการเติบโตในการประชุมสมาคม ซึ่งหมุนเวียนตามภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเอเชียและลาตินอเมริกา ทั้งนี้มีการสังเกตว่าแนวโน้มนี้ได้ปรากฏขึ้นในแอฟริกาและตะวันออกกลางด้วย และ 3) การประชุมทางวิชาการระดับสมาคม (Association Congresses) นั้นส่วนมากมีแรงผลักดันมาจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ การดูแลสุขภาพ และวิทยาการ ปัจจุบันนี้คือยุคซึ่งการค้นพบความรู้และการสร้างนวัตกรรมขยายตัวอย่างรวดเร็วอย่างไม่เคยมีมาก่อน มีการสร้างสมาคมใหม่ๆ และสร้างงานไมซ์เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เชิงลึกและพัฒนาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อเป็นการต่อยอดจากองค์ความรู้ใหม่นี้
- ทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นนิมิตหมายที่ดีสำหรับการเติบโตต่อเนื่องในอนาคต อนึ่ง ICCA มีทัศนะว่าที่หมายใดหรือบริษัทใดที่ประสงค์จะมีบทบาทระยะยาวอย่างจริงจังในธุรกิจการประชุมระหว่างประเทศ (International Meetings Business) ควรเข้ามีส่วนร่วมในภาคส่วนสมาคมระหว่างประเทศ (International Association Sector)¹

Table 4 Asia and Oceania rankings: Number of Meetings per Country
Top 20 Countries in 2012

No.	Country	Numbers of Meeting
1	Japan (8)	341
2	China(10)	311
3	Australia (13)	253
4	South Korea (16)	229
5	India (25)	150
5	Singapore (25)	150
5	Thailand (25)	150
8	Taiwan (33)	117
9	Malaysia (35)	109
10	Hong Kong (38)	96
11	Indonesia (41)	73
12	United Arab Emirates (42)	63
13	The Philippines (49)	48
14	New Zealand (51)	45
15	Vietnam (55)	35
16	Israel (56)	34
17	Qatar (66)	20
18	Sri Lanka (73)	14
19	Jordan (78)	11
20	Nepal (80)	10

Sorce: ICCA. The Association Meetings Market 2012. Asia Pacific & Middle East rankings: number of meetings per country. Country and City rankings 2012. International Association Meetings Market. Abstract for international associations, press, universities, students and consultants, p. 35.

Remark: number in the bracket after each country represents world ranking

ตารางที่ 4 จำนวนการประชุมสมาคมที่จัดขึ้นในประเทศในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย
20 ประเทศแรกในปี 2555

ลำดับ	ประเทศ	จำนวนการประชุม
1	ญี่ปุ่น (8)	341
2	จีน (10)	311
3	ออสเตรเลีย (13)	253
4	เกาหลีใต้ (16)	229
5	อินเดีย (25)	150
5	สิงคโปร์ (25)	150
5	ไทย (25)	150
8	ไต้หวัน (33)	117
9	มาเลเซีย (35)	109
10	ฮ่องกง (38)	96
11	อินโดนีเซีย (41)	73
12	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (42)	63
13	ฟิลิปปินส์ (49)	48
14	นิวซีแลนด์ (51)	45
15	เวียดนาม (55)	35
16	อิสราเอล (56)	34
17	กาตาร์ (66)	20
18	ศรีลังกา (73)	14
19	จอร์แดน (78)	11
20	เนปาล (80)	10

International exhibitions

งานแสดงสินค้านานาชาติ

Research by Business Strategies Group Limited showed that 16,307,250 million m2 of space was sold by exhibition organisers to their clients in Asia in 2012. This represents growth of total net area sold in 2012 of 2.7 per cent - rising from 15,876,500 m2 in 2011. Of that total, more than 55 per cent was sold in China (the same as in 2010 and 2011) and 12 per cent in Japan2 (also the same as in 2010 and 2011). Among the 1,948 trade fairs included in Business Strategies Group’s database, 874 – or 45 per cent – were held in those two countries.

Overall, estimated revenue from trade fairs in Asia in 2012 was US\$4.2 billion, up 2.3 per cent over 2011. In terms of revenue, China continues to easily hold the top position. In 2012, trade fair revenue in China was US\$1.5 billion, a 3.2 per cent increase year-on-year. The next largest market, Japan, increased 2.5 per cent year-on-year from US\$897 million to US\$919 million.

ในปี 2555 ผู้จัดงานขายพื้นที่งานแสดงสินค้านานาชาติรวม 16,307,250 ตร.ม. ให้แก่ลูกค้าของตนในทวีปเอเชีย คิดเป็นอัตราการเติบโต 2.7% เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ 15,876,500 ตร.ม. ในปี 2554 ในตัวเลขรวมนี้ จำนวนพื้นที่ที่กว่า 55% ขายในประเทศจีน และ 12% ในประเทศญี่ปุ่น² ซึ่งรายการหลักทั้ง 2 นี้เมื่อรวมกันแล้วคิดเป็นจำนวนถึง 67% อนึ่ง ในบรรดางานแสดงสินค้าจำนวน 1,948 งานที่อยู่ในฐานข้อมูลของ Business Strategies Group (BSG) นั้น งาน จำนวน 874 งานหรือคิดเป็น 45% จัดขึ้นในประเทศ 2 ประเทศนี้

สำหรับรายได้รวมจากงานแสดงสินค้าของทวีปเอเชียในปี 2555 นั้นเท่ากับ 4,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 2.3% จากตัวเลขในปี 2554 ประเทศจีนยังคงครองตำแหน่งที่ 1 โดยมียอดรวมที่ 1,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเติบโต 3.2% เมื่อเทียบรายปี สำหรับญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่อันดับ 2 เติบโตขึ้น 2.5% เมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปี จาก 897 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็น 919 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

Table 5Trade fair markets by estimated net square metres sold and revenues, 2012
ตารางที่ 5 ตลาดงานแสดงสินค้าคำนวณตามพื้นที่สุทธิประมาณการที่ขายได้ (ตร.ม.) และรายได้ประมาณการในปี 2555

	Countries ประเทศ	Estimated annual size in m ² พื้นที่ประมาณการรายปี (ตร.ม.)	Estimated annualised revenues (US\$) รายได้ประมาณการรายปี (เหรียญสหรัฐ)
	China / จีน (542)	8,996,000	1,455,479,000
	Japan / ญี่ปุ่น (332)	1,932,750	919,278,000
	Hong Kong / อองกวง (113)	876,500	391,113,250
	Korea / เกาหลี (156)	826,750	242,404,500
	India / อินเดีย (138)	810,750	178,642,000
	Taiwan / ไต้หวัน (74)	629,250	153,212,000
	Australia / ออสเตรเลีย (176)	536,750	253,971,250
	Thailand / ไทย (83)	464,250	147,245,000
	Singapore / สิงคโปร์ (86)	308,250	151,748,000
	Malaysia / มาเลเซีย (64)	296,000	106,083,500
	Indonesia / อินโดนีเซีย(49)	189,750	46,864,750
	Vietnam / เวียดนาม (55)	150,250	45,378,000
	Philippines / ฟิลิปปินส์ (43)	145,000	24,212,250
	Macau / มาเก๊า (9)	72,500	18,005,250
	Pakistan / ปากีสถาน(28)	72,500	19,784,750
	Total / รวม (1948)	16,307,250	4,153,421,500

Source: Combined table 1 and 2, UFI, the Trade Fair Industry in Asia, 9th edition. Researched and compiled by Business Strategies Group. June 2013, p. 11-12.

Remark: Number in brackets after each country represents the number of trade fairs held in that country.

Exhibition Trend in 2013

Engineering and industrial goods remained the top category in 2013 accounting for top net space sold, although the general and furniture categories were close behind. Growth of the trade fair market is expected to be in line with the economic situation in each country. Europe and the United Kingdom will post only 0.1 per cent growth, as will Japan, which was impacted by natural disasters in the previous year.

Overall growth in Southeast Asia and China will be as high as 3.0 per cent, while the performance of Korea, Hong Kong and Taiwan will depend on Chinese economy. In 2013, the performance of the trade fair industry within Asia-Pacific will continue on an upward trend thanks to the following factors:

Venue Capacity

Exhibition venue capacity plays a crucial role in the trade fair and exhibitions industry. In every country, there are ongoing efforts to increase venue capacity by developing new exhibition venues or expanding existing facilities to meet future growth. Asia-Pacific, especially China, still shows continuous signs of growth in this area. Since 2004, venue capacity has increased from 3 million m² to 6.5 million m².

Net Space Sold

This was previously forecast to grow by 4.5 per cent, but net space sold actually achieved 2.6 growth in 2011. During the following year, net space sold in Asia-Pacific will still continue to grow by 2.5 per cent, with total net space sold of 16.3 million m². It is expected that in 2013, growth will be in line with performance in 2012.

Exhibition Centres

This is considered as a key factor in the growth of the trade fairs and exhibitions industry. Various countries are investing in new exhibition centres to accommodate demand in the future. The construction of exhibition centres will also help to drive the net space sold.

แนวโน้มธุรกิจการแสดงสินค้าในปี พ.ศ. 2556

ในปี 2556 นั้นคาดการณ์ว่าการแสดงสินค้าในภาควิศวกรรมศาสตร์และภาคอุตสาหกรรมที่จะเป็นที่นิยมและมีการใช้พื้นที่จัดงานมากที่สุด ตามมาด้วยอุตสาหกรรมเครื่องเรือน การเจริญเติบโตของธุรกิจการแสดงสินค้านั้นจะขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ เป็นสำคัญ ในทวีปยุโรปและสหราชอาณาจักรจะมีการเติบโตเพียงร้อยละ 0.1 เช่นเดียวกันกับประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติในปีที่ผ่านมาสำหรับแนวโน้มการเติบโตในปี 2556 และ 2557 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสาธารณรัฐประชาชนจีนจะมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 3 ด้านเกาหลี ออสเตรเลีย และไต้หวันตัวเลขการเติบโตนั้นจะขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ในปี 2556 การเติบโตของธุรกิจการแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีการเติบโตอย่างเห็นได้ชัด โดยมีข้อมูลสนับสนุนดังต่อไปนี้

ขนาดพื้นที่แสดงสินค้า

พื้นที่แสดงสินค้าถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า ซึ่งแต่ละประเทศพยายามที่จะเพิ่มขนาดพื้นที่ (Venue Capacity) โดยสร้างศูนย์แสดงสินค้าแห่งใหม่หรือมีการขยายพื้นที่แสดงสินค้าที่มีอยู่เดิมเพื่อรองรับการเติบโตที่ในอนาคต ขณะเดียวกับพบว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและจีนยังคงมีแนวโน้มการเติบโตของพื้นที่แสดงสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ปี 2547 トラจบจนปัจจุบันนั้นภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีการขยายขนาดพื้นที่จาก 3 ล้านตารางเมตร เป็น 6.5 ล้านตารางเมตร

จำนวนพื้นที่แสดงสินค้าที่ขาย

จากการคาดการณ์ไว้ว่าจำนวนพื้นที่แสดงสินค้าที่ขายได้ในเอเชียจะมีการเติบโตร้อยละ 4.5 ในปี 2554 แต่เมื่อสิ้นปีเดียวกัน จำนวนพื้นที่แสดงสินค้าที่ขายได้เพิ่มขึ้นจริงอยู่เพียงร้อยละ 2.6 ขณะที่ปี 2555 จำนวนพื้นที่แสดงสินค้าที่ขายได้ในเอเชียแปซิฟิกเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปีแล้ว ยังคงเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 2.5 ทำให้มีจำนวนพื้นที่แสดงสินค้าที่ขายได้รวมอยู่ที่ 16.3 ล้านตารางเมตร ซึ่งคาดการณ์ว่าในปี 2556 อัตราการเติบโตของพื้นที่แสดงสินค้าที่ขายได้ในเอเชียแปซิฟิกยังคงเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับปี 2555

ศูนย์การแสดงสินค้า

ศูนย์การแสดงสินค้าถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญของการเติบโตอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า ซึ่งแต่ละประเทศต่างพยายามสร้างศูนย์การแสดงสินค้าแห่งใหม่ เพื่อรองรับการจัดงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้งการสร้างศูนย์แสดงสินค้าแห่งใหม่ย่อมเพิ่มขนาดพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าเช่นกัน

TCEB STRATEGIES PLAN 2014



Meetings Industry

Bids and Support

- TCEB continues to support bids for Thailand to host conventions and support the organisation of corporate meetings and incentives travel in Thailand.

Market Development and Marketing Support

- TCEB joins key tradeshow in target markets in Europe, Oceania, East Asia, America, and the Middle East.
- Develops market initiatives with targeted customers through roadshows in tier one and high potential markets including Europe, Japan, China, Singapore, Malaysia, the Philippines, Indonesia, India, Australia, and Russia, in addition to sales calls, and sales missions in Asia.
- Conducts familiarization trips, including Connection Plus 2014, by bringing together meeting planners, MICE entrepreneurs, corporate customers from key and high potential markets, in focus destinations such as Bangkok, Chiang Mai, Phuket, and Krabi.
- Develops efficient plans to bid, and attractive promotions for a wide range of mega events to be hosted in Thailand, especially corporate meetings and incentives travel groups of more than 1,000 delegates, and conferences with more than 500 delegates focusing on Asian markets.
- Proactively promotes Thailand as a premiere destination for meetings and incentives travel in the region through international print media as well as online and social media.

ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม

การประมูลสิทธิ์และการสนับสนุน

- สนับสนุนการประมูลสิทธิ์ให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมนานาชาติและ สนับสนุนงานการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จะจัดขึ้นในประเทศไทย

การตลาดและการส่งเสริมการตลาด

- เข้าร่วมงานเทรดโชว์ระหว่างประเทศในตลาดหลัก เช่น ยุโรป โอเชียเนียและเอเชียตะวันออก อเมริกา และตะวันออกกลาง
- จัดกิจกรรมการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศโดยตรง ผ่านการจัดโรดโชว์ในตลาดหลักและตลาดที่มีศักยภาพ เช่น ยุโรป ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย อินเดีย ออสเตรเลียและรัสเซีย รวมทั้งการจัด Sale Calls และ Sale Mission ใน ตลาดเอเชีย
- จัดกิจกรรมดูงานและทัศนศึกษา (Familiarization Trip) รวมทั้งงาน Connections Plus 2014 ให้กับผู้แทนธุรกิจการเดินทาง ผู้วางแผนงานประชุมและลูกค้าองค์กรจากตลาดหลัก ๆ และตลาดที่มีศักยภาพ โดยพื้นที่เป้าหมายการจัดงานคือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่
- ดำเนินแผนงานด้านการจัดงานระดับใหญ่ (Mega Event) อย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงงานประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีผู้เข้าร่วมงานอย่างน้อย 1,000 คน ให้เข้ามาจัดงานในประเทศไทยและจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงงานการประชุมนานาชาติที่มีผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ จำนวนอย่างน้อย 500 คน ให้เข้ามาจัดงานในประเทศไทย โดยเจาะกลุ่มผู้เข้าร่วมงานจากประเทศในเอเชีย
- โฆษณาและประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะประเทศเป้าหมายของการจัดงานประชุมนานาชาติ การประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ



Industry Development

- Conducts surveys on satisfaction of international meetings, incentives, and convention travellers attending TCEB supported events. The findings are included in the bureau's database to be used for future planning.
- Organises the third Meetings Industry Day, as a platform for meetings industry stakeholders to learn, exchange and network.
- Holds seminars in collaboration with international associations to further develop skills and capabilities of meetings industry professionals and stakeholders.
- Supports the Thailand Incentive and Convention Association (TICA).

Association Relationship Building and Networks

- Attends annual meetings of associations of which TCEB is a member, to gain more industry insights and network with other association members.

การพัฒนาอุตสาหกรรม

- สำรวจความพึงพอใจของผู้ร่วมงานจากต่างประเทศที่มีต่องานประชุมที่ สสปน. เป็นผู้สนับสนุน และที่มีต่อประเทศไทยในฐานะประเทศเป้าหมายการจัดงาน โดยผลการสำรวจที่ได้จะนำไปรวบรวมไว้ในฐานข้อมูลของ สสปน. เพื่อใช้วางแผนงานในอนาคต
- จัดงาน Meetings Industry Day ครั้งที่ 3 เพื่อให้ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมการประชุมของไทย และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ก้าวหน้าแนวโน้มของอุตสาหกรรมได้แลกเปลี่ยนความรู้รวมทั้งสร้างเครือข่ายระหว่างกัน
- จัดการอบรมร่วมกับสมาคมการประชุมระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมประชุมให้กับบุคลากรของไทยในอุตสาหกรรมประชุมและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
- สนับสนุนกิจกรรมของสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)

การเพิ่มพูนความรู้และสร้างสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิกของสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการประชุมนานาชาติ

- เข้าร่วมงานประชุมประจำปีของสมาคมที่ สสปน. เป็นสมาชิก เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมและสร้างสัมพันธ์กับสมาชิกสมาคม

Exhibitions Industry

ฝ่ายการแสดงสินค้านานาชาติ

In 2014, the exhibitions departments' strategic plan includes:

- Bids for new exhibitions and trade shows to be hosted in Thailand.
- Strengthens the country's existing exhibitions to be upgraded to become bigger shows.
- Bids for mega events and festivals to be hosted in Thailand.
- Organises roadshows in high potential countries to reinforce Thailand's leadership position as the ASEAN hub for the exhibitions industry.
- Develops CONNECT Business campaigns to attract more business travellers from ASEAN+6 and BIMSTEC countries to attend exhibitions in Thailand, and participates in business matching opportunities.

ในปี พ.ศ. 2557 ฝ่ายการแสดงสินค้านานาชาติมีการวางแผนการดำเนินงานของฝ่ายโดยสรุป ดังนี้

- ประมูลสิทธิ์งานแสดงสินค้าที่เป็นงานใหม่เข้ามาจัดในประเทศไทย (new show)
- ส่งเสริมและสนับสนุนงานแสดงสินค้าที่มีอยู่เดิมให้แข็งแกร่งและมีศักยภาพเพื่อปรับให้เป็นงานที่ใหญ่ขึ้น (upgrade show)
- ประมูลสิทธิ์งานระดับใหญ่ (Mega Event) และ งานเทศกาล (Festival) ที่มีความน่าสนใจจากต่างประเทศเข้ามาจัดในประเทศไทย
- จัดกิจกรรม โรดโชว์ ในประเทศที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและต่อยอดความเป็นศูนย์กลางด้านงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคอาเซียน
- พัฒนาแคมเปญส่งเสริมการตลาด Connect Businesses เพื่อนำนักธุรกิจจากต่างประเทศในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนบวกหกและ BIMSTEC เข้าชมงานและมีการจับคู่ทางธุรกิจเกิดขึ้นในงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย



Domestic MICE industry

In line with the industry's MICE Development Roadmap (2012-2016), developed in partnership with the Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University, TCEB's corporate mission is to increase revenue to the Thai economy through the MICE industry, while revving up the country's competitive edge in the global marketplace. TCEB's Domestic MICE departments' targets and performance indexes for 2014 include:

- Creation of five national MICE events in Thailand's MICE Cities.
- Expansion of nine domestic exhibitions to regional Thailand.
- Creation of 10 domestic seminars in Thailand.

The Domestic MICE department also develops marketing promotion activities and capability building, and leverages the domestic MICE industry and MICE Cities standards, including:

- MICE Cities Market Development through marketing and PR initiatives in tradeshows, roadshows, and industry meetings, as well as sales promotion via the publication of the MICE City Break booklets.
- MICE Cities Standards and Development through the identification of the requirements for MICE Cities, infrastructure preparation and development, and partnerships with local education institutes for the development of a MICE Cities database.
- Supports domestic exhibitions through invention of new shows, cloning of successful shows to regional Thailand, and upgrading of existing shows to meet higher standards.
- Participates with the Thai Chamber of Commerce to create an environment enabling the invention of new domestic exhibitions, fruitful business matching, and industry seminars especially in neighbouring countries.
- Join forces with the Thai Exhibition Association (TEA) to provide consultancy for the public and private sector to arrange domestic exhibitions in upcountry areas, together with equipping them with knowledge for domestic exhibitions.



ฝ่ายส่งเสริมการตลาดในประเทศ

อ้างอิงข้อมูลรายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2555-2559 โดยสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งกำหนดเป้าหมายการให้บริการของ สสพ. คือการเพิ่มรายได้เข้าประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ และสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ จึงกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2557 ดังต่อไปนี้

- เกิดงานไมซ์ระดับประเทศ ในเมืองไมซ์ซิตี้ จำนวน 5 งาน
- เกิดงานแสดงสินค้าสำคัญ กระจายสู่ภูมิภาค จำนวน 9 งาน
- เกิดงานประชุมสัมมนาในประเทศ จำนวน 10 งาน

ส่งเสริมการตลาด พัฒนาศักยภาพ และยกระดับมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนาในประเทศ และไมซ์ซิตี้ แผนกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายข้างต้น มีดังนี้

- โครงการส่งเสริมการตลาดเมืองไมซ์ ผ่านการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์ และแสดงศักยภาพของเมืองผ่านกิจกรรมเทรดโชว์ โรดโชว์ และการประชุมกลุ่มอุตสาหกรรม เป็นต้น และส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการจัดประชุมสัมมนาในไมซ์ซิตี้ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปเล่ม
- โครงการส่งเสริมพัฒนาและยกระดับมาตรฐานไมซ์ซิตี้ด้านการประชุมและนิทรรศการ โดยศึกษาเกณฑ์ มาตรฐานไมซ์ซิตี้ การส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ของเมือง และการสร้างระบบฐานข้อมูลด้านอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกับเมือง โดยให้สถาบันการศึกษาท้องถิ่นเป็นศูนย์กลาง
- สนับสนุนงานแสดงสินค้าในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการสร้างงานแสดงสินค้าใหม่ๆ (INVENT) การกระจายงานแสดงสินค้าที่ประสบความสำเร็จไปยังภูมิภาคต่างๆของประเทศ (CLONE) การยกระดับงานแสดงสินค้า (Upgrade) ให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น
- ร่วมมือกับหอการค้าแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมให้เกิดการสร้างงานแสดงสินค้า การจับคู่ธุรกิจและงานสัมมนาทางวิชาการ บริเวณจังหวัดสำคัญที่มีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ร่วมมือกับสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) ในการให้ความช่วยเหลือเป็นที่ปรึกษาแก่ภาครัฐและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานแสดงสินค้าในต่างจังหวัด เพื่อเสริมความรู้ และทักษะเกี่ยวกับการทำธุรกิจด้านงานแสดงสินค้า โดยจะมีการส่งผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความชำนาญไปยังพื้นที่เป้าหมาย

MICE Capabilities Department

The MICE Capabilities Department develops strategic plans to drive efficiency and results in line with its mission and strategies, which include;

1. Education

MICE Curriculum

Further drives the development of the MICE Curriculum established in 2012 by making use of the MICE course book with 48 educational institutes throughout the country, as well as additional vocational institutes nationwide. TCEB also sponsors MICE lecturers and MICE associations to provide valuable insights for both students and teachers as well as to review curriculum in universities and vocational colleges.

MICE Academic Exchange Program

TCEB continues to sign agreements with educational institutes and MICE related agencies in three target countries including China, Taiwan, and Japan, aimed at leveraging partnerships in strategic exchange programs ranging from knowledge sharing to personnel exchange. The department also plans to bring 10 MICE Curriculum teachers in the participating institutes to meet and collaborate with MICE allies in Taiwan and South Korea.

Coach the Coaches for the MICE Industry

The intensive training program is a workshop provided to instructors of MICE 101 participating educational institutes. Joining instructors will be trained on teaching techniques from key figures in the MICE industry in order to be able to teach MICE subjects with full efficiency, both in terms of MICE knowledge and case studies. These sessions are held in Bangkok and Phuket.

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์มีแผนการดำเนินงานทั้งผลิตและผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับพันธกิจและยุทธศาสตร์ของฝ่ายฯ ซึ่งมีผลการดำเนินงานโดยสรุป ดังนี้

1. ด้านการศึกษา

โครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากล

- การต่อยอดโครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลจากปี 2555 ที่มีการลงนามกับสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศในการนำหนังสือและสื่อประกอบการเรียนการสอน “วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ” ไปบรรจุใช้ในการเรียนการสอนแล้วจำนวนทั้งสิ้น 48 แห่ง โดยขยายเป้าหมายไปยังกลุ่มสถาบันอาชีวศึกษาทั่วประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนวิทยากรด้านไมซ์ทั้งจากสสพ. และสมาคมด้านไมซ์ ในการให้ความรู้แก่นักศึกษาและอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ตลอดจนการเข้าไปร่วมเป็นกรรมการวิพากษ์หลักสูตรด้านไมซ์ในสถาบันต่างๆ เพื่อผลักดันให้มีการเปิดการเรียนการสอนด้านไมซ์ที่เป็นมาตรฐานต่อไป

โครงการแลกเปลี่ยนความร่วมมือด้านวิชาการนานาชาติ (Academic Exchange Program)

- สสพ. มีแผนลงนามความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในต่างประเทศ และหน่วยงานด้านไมซ์ในต่างประเทศ ในประเทศเป้าหมาย 3 ประเทศ คือ จีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษาของไทยและต่างประเทศ ในการแลกเปลี่ยนความร่วมมือระหว่างกันทั้งในด้านวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา และมีแผนนำคณะผู้บริหารและคณาจารย์ผู้สอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับไมซ์จากมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมโครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลเดินทางไปแลกเปลี่ยนและขยายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร ณ ประเทศไต้หวัน และประเทศเกาหลี จำนวน 10 ท่าน

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตรเชิงปฏิบัติการด้านการจัดประชุมและนิทรรศการ

(Coach the coaches for MICE Industry)

- งานสัมมนาเชิงปฏิบัติการเสริมศักยภาพอาจารย์ผู้สอนวิชาไมซ์แบบเข้มข้น โดยเชิญวิทยากรซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากอุตสาหกรรมไมซ์มาเป็นผู้บรรยาย เพื่อให้อาจารย์เข้าใจเนื้อหาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลที่พัฒนาขึ้นอย่างลึกซึ้ง สามารถนำไปถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกำหนดจัดขึ้นที่ภูเก็ต และกทม.

MICE Casebook

TCEB along with the MICE Curriculum Working Committee steps forward to develop a compilation of success stories within the MICE industry under the MICE Casebook initiative, which will be given to participating education institutes. This year, the department targeted the development of five case studies.

2. Trade Education

Exhibition Management Degree

In Thailand, the EMD course is endorsed by UFI - the Global Association of the Exhibition Industry, with its headquarters in France. The three-year (2012-2014) cooperation helps not only enable Thailand as the MICE education hub in Asia Pacific, but also drives Thai exhibition entrepreneurs with in-depth industry training.

IAPCO Regional Seminar

Thailand is the exclusive host for the IAPCO Regional Seminar by the International Association of Professional Congress Organisers. This presents a golden opportunity for industry colleagues from around Asia Pacific to obtain internationally-recognized accreditation in this field of expertise, from 2013-2015.

Education and Training Grants for MICE associations

Human resource development support for the Thai Exhibition Association (TEA) and the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) during the 2014 fiscal year.

โครงการพัฒนากรณีศึกษาด้านไมซ์ – MICE Case Book

สสพ. ร่วมมือกับคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรไมซ์ ต่อยอดองค์ความรู้ด้านไมซ์ในเชิงลึก โดยจัดทำเป็นกรณีศึกษาด้านไมซ์ขึ้น เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลสามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนด้านไมซ์เชิงลึกได้ โดยมีเป้าหมายพัฒนากรณีศึกษาในปีนี้อันจำนวน 5 กรณีศึกษา

2. ด้านธุรกิจ

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตร Exhibition Management Degree

สสพ. ได้รับลิขสิทธิ์จากสมาคม UFI ซึ่งเป็นสมาพันธ์สมาคมธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าโลก ตั้งอยู่ที่ประเทศฝรั่งเศส ในการจัดสัมมนาหลักสูตร EMD ในประเทศไทยและให้ไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาหลักสูตรนี้ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก เป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2555-2557 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าของไทยให้มีความรู้เทียบเท่ามาตรฐานสากล

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตร IAPCO Regional Seminar

สสพ. ได้รับลิขสิทธิ์จากสมาคม IAPCO ซึ่งเป็นสมาคมด้านการจัดงานประชุมอย่างมืออาชีพนานาชาติ ในการจัดสัมมนาหลักสูตร IAPCO ในประเทศไทยและให้ไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาหลักสูตรนี้ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก เป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2556-2558 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการจัดประชุมของไทยให้มีความรู้เทียบเท่ามาตรฐานสากล

โครงการสนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาให้แก่สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนสมาคมการแสดงสินค้า(ไทย) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย) ในด้านการพัฒนาบุคลากรของสมาคมฯ ในด้านที่เป็นทักษะเฉพาะทางประจำปีงบประมาณ 2557



3. Creative MICE Management

Creative Management Development for MICE

Develops plans to support or organise innovative media and technology for MICE events, while driving capabilities of MICE professionals during the 2014 fiscal year.

4. MICE Standards

Development of MICE Standards Promotion

The MICE Capabilities Department aims to promote the wide adoption of MICE industry standards among MICE entrepreneurs, which include TISI 22300: MICE Security Management System (MSMS) (2 entrepreneurs), ISO 22000: Food Safety Management System (1 entrepreneur), and ISO 20121: Event Sustainability Management System (1 entrepreneur), within the 2014 fiscal year.

Thailand MICE Venue Standard (TMVS)

TCEB has created a meeting room standard and this has been further developed to become the Thailand MICE Venue Standard or TMVS. In order to be compliant with international standards and in line with preparation for the ASEAN Economic Community, TCEB will roll out standard criteria for an assessment manual for the TMVS. This will serve as a tool for entrepreneurs in the development, monitoring, consultancy and assessment of venue quality standards.

3. ด้านการบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์

โครงการส่งเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจไมซ์

มีแผนให้การสนับสนุนหรือจัดงานสัมมนาด้านการใช้สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่สำหรับธุรกิจไมซ์ และการพัฒนาทักษะด้านการให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพให้แก่ผู้บริหารในอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้งบประมาณปี 2557

4. ด้านมาตรฐานสากล

โครงการส่งเสริมองค์ความรู้และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้รับการรับรองด้านมาตรฐานสากลสำหรับไมซ์

ฝ่ายฯ มีแผนให้การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไมซ์ไทยได้รับการรับรองมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของสถานที่จัดงานไมซ์ ISO22301-Business Continuity Management System จำนวน 2 ราย และมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร Food Safety ISO 22000 จำนวน 1 ราย และมาตรฐานการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (ISO 20121: Event Sustainability Management System) จำนวน 1 ราย ภายใต้งบประมาณปี 2557

โครงการจัดทำมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทย (MICE Venue Standard)

- มีการพัฒนาแผนแม่บทในการจัดทำมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทยขึ้น เพื่อพัฒนามาตรฐานห้องประชุมของประเทศไทยตามหลักวิชาการ ให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ ยังเป็นการสร้างมาตรฐานที่สำคัญของประเทศด้านการจัดประชุม สัมมนา เพื่อให้ผู้ประกอบการได้นำมาตรฐานที่จัดทำไปใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ และเป็นการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเมื่อมีการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยคาดว่าจะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการที่นำมาตรฐานไปใช้แข่งขันได้ในระดับนานาชาติ

5. MICE Sustainability Development

Carbon Footprint Offset for MICE Industry

TCEB is developing a pilot program to implement a carbon footprint calculator for exhibitions in Thailand, and initiate an offset program to drive industrywide adoption.

MICE Sustainability Roadmap

TCEB commissions sustainable environment consultancy with global expertise in the MICE industry to identify and develop a strategic plan to drive Thailand as a leader in MICE sustainability development.

6. Active and Passive Response to the ASEAN Economic Community

MICE Entrepreneur Preparation for AEC

TCEB drives partnerships with seven key public and private agencies including the Department of Trade Negotiations, Department of Tourism, Thai Exhibition Association (TEA), Thailand Incentive and Convention Association (TICA), and the Convention Promotion Fund (CPF) to prepare Thai MICE entrepreneurs for the upcoming ASEAN Economic Community by brainstorming a strategic plan to drive the prosperity of Thailand's MICE industry forward.

ASEAN MICE Venue Standard

TCEB plans to meet with ASEAN ministers to develop a proposal for the ASEAN MICE Venue Standard, covering overview information and technical details. Also, the department continues to meet with tourism and MICE representatives from member countries for endorsement and support for the use of the Thailand MICE Venue Standard as a model to further develop the ASEAN MICE Venue Standard.

5. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการนำร่องชดเชยคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของอุตสาหกรรมไมซ์

- มีแผนนำร่องทดลองใช้เครื่องมือประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า และดำเนินการชดเชยคาร์บอนที่เกิดจากการจัดงานเพื่อเป็นแบบอย่างให้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ในการนำไปใช้ในการจัดงานของตนเองต่อไป

โครงการพัฒนาแผนแม่บทการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

- การจ้างที่ปรึกษาระดับโลกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมไมซ์ให้ช่วยศึกษาและพัฒนาแผนแม่บทด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อกำหนดตำแหน่งให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในโลก

6. ด้านการเตรียมความพร้อมรุก-รับมือในการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

โครงการสัมมนาเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ MICE ต่อการรวมกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

- สสพ. ได้ผลักดันจนสร้างพันธมิตรความร่วมมือกับ 7 หน่วยงานสำคัญทั้งภาครัฐ และเอกชน ประกอบด้วย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมการท่องเที่ยว สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และกองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ ในการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไมซ์ต่อการรวมกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีการจัดการระดมสมองเพื่อกำหนดแผนในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์นำเสนอต่อรัฐบาลต่อไป

โครงการผลักดันมาตรฐานห้องประชุมอาเซียน

- สสพ. มีแผนเข้าร่วมการประชุมผู้บริหารอาเซียน และได้นำเสนอร่างมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทยสำหรับผลักดันให้ใช้เป็นมาตรฐานของอาเซียน โดยนำเสนอข้อมูลทั้งในเชิงภาพรวม และเชิงเทคนิค ตลอดจนเข้าหารือกับผู้แทนจากประเทศอาเซียน เพื่อให้การสนับสนุนและยอมรับให้นำร่างมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทยเป็นต้นแบบให้การพัฒนาเป็นมาตรฐานห้องประชุมอาเซียนต่อไป

The Government and Corporate Affairs Department

ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

The department's strategic action plan for the 2014 fiscal year includes five key areas:

1. MICE Lane

The MICE Lane service is available exclusively at the Suvarnabhumi International Airport to help facilitate MICE travellers attending meetings or exhibitions, while promoting the positive image of Thailand's MICE industry.

Train and develop the MICE Lane coordinators to meet international service practices and standards, in preparation for the upcoming ASEAN Economic Community

2. MICE Clinic

Organise two MICE Clinic events for TCEB executives, MICE entrepreneurs and stakeholders on vital rules and regulations in relation to the MICE industry, as well as implication of those rules.

3. Thai Team Road Show 2014

Organise two roadshows to bring high-level executives from partner organisations to join TCEB's market development overseas, to foster strong relations and strengthen collaboration among TCEB, partners, and entrepreneurs in the MICE industry.

ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจได้กำหนดแผนปฏิบัติงานสำหรับปีงบประมาณ2557 ภายใต้เป้าหมาย 5 ประการประกอบด้วย

1. MICE Lane

- กิจกรรมการบริการ MICE Lane ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อการให้บริการต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้าร่วมงานประชุมหรืองานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย และเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เดินทาง และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย
- กิจกรรมอบรมและพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่ประสานงาน MICE Lane เพื่อพัฒนาการให้บริการของพนักงาน สสพ.อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล และเพื่อเตรียมการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อันจะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์

2. MICE Clinic

- กิจกรรม MICE Clinic สำหรับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 2 ครั้ง เพื่อให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ สสพ. และผู้ประกอบการภาคเอกชนเรื่องระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์และเพื่อสามารถนำความรู้ไปปฏิบัติในการทำงานได้อย่างถูกต้อง

3. โครงการ Thai Team Road Show 2014

- กิจกรรมนำคณะผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศเข้าร่วมงาน Thai Team Road Show 2014 ในต่างประเทศจำนวน 2 ครั้ง เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานพันธมิตร สสพ. และกลุ่มผู้ประกอบการ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์



4. Relationship Building with Thai Team and MICE Industry Alliances

- Hold a seminar to help strengthen collaboration among international government agencies to promote the regional MICE industry in the ASEAN Networking on MICE: Public & Private Partnership 2014. The event attracted representatives from both public and private sectors to exchange views on the development of a sustainable MICE industry, aimed at driving leadership's in the MICE industry.
- Organise a working committee meeting to discuss and facilitate the import issue around merchandise and machinery to be showcased at meetings and exhibitions in Thailand.
- Initiate a networking activity to leverage partnerships with MICE industry alliances and government agencies to promote Thailand's MICE industry through a familiarization trip, showcasing TCEB's efforts, as well as highlighting the importance of the country's vibrant MICE industry.
- Organise an annual Dinner Talk 2014 activity, to provide an industry platform to exchange experiences among top executives within the MICE industry, while strengthening strategic collaboration in driving Thailand's leadership position as a premiere MICE destination in Asia.

4. กิจกรรมสานสัมพันธ์ไทยกับและหน่วยงานพันธมิตร (THAI TEAM)

- กิจกรรมสัมมนาเสริมสร้างความเข้มแข็งในความร่วมมือระหว่างประเทศของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN Networking on MICE : Public & Private Partnership 2014) เพื่อเชิญผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของอาเซียนเข้าร่วมการประชุมเพื่อการแลกเปลี่ยนและสร้างเครือข่ายความร่วมมือในอุตสาหกรรมไมซ์ และเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลไกอาเซียน ในการส่งเสริมให้ภูมิภาคอาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางในการตัดสินใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์
- กิจกรรมการจัดประชุมคณะทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาการนำเข้าของเพื่อมาประชุมและงานแสดงสินค้า เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ เรื่องการนำเข้าสิ่งของเข้ามาจัดงานประชุมและแสดงสินค้าให้เกิดความคล่องตัวมากขึ้น
- กิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐเพื่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Familiarization Trip) เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐพันธมิตรรับทราบพันธกิจของ สสปน. และ ความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้นและเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์
- กิจกรรมผนึกความร่วมมือพันธมิตรภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ประจำปี 2557 (Dinner Talk 2014) เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานภาครัฐและสมาคมภาคเอกชนและเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมืออันดีระหว่างกันในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในระดับภูมิภาคเอเชีย

The Marketing and Corporate Image Department

During the 2014 fiscal year, the Marketing and Corporate Image Department continues to implement key initiatives which include:

1. Development of the marketing and corporate communications plan

TCEB has developed a marketing and corporate communications strategic plan in line with the MICE Development Roadmap (2012 – 2016) covering five strategies including 1) Maintaining existing markets and expanding emerging markets; 2) Driving Thailand's leadership position as Asia's Top of Mind destination for MICE; 3) Differentiating and creatively adding value through the creative economy; 4) Strengthening collaborative networks domestically and internationally; and 5) Leveraging the positive image of TCEB.

2. Development of Thailand CONNECT Campaign

TCEB has introduced a new Thailand brand, Thailand CONNECT to drive Thailand as a hub for global MICE events, focusing on three fundamental pillars of Thailand's MICE industry including diversity of destinations, unrivalled business opportunities, and high quality professionals and industry standards.

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร

ในปีพ.ศ. 2557 ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรมีแผนการดำเนินงานหลัก ดังต่อไปนี้

1. พัฒนาแผนกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารองค์กร

สสพ. วางแผนจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดและการสื่อสารเพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ในปี 2557 โดยการจัดทำแผนนั้นสอดคล้องกับแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ปี 2555-2559 โดยเน้น 5 ยุทธศาสตร์หลักคือ 1. รักษาตลาดเดิม-ขยายตลาดใหม่ 2. ผลักดันไทยให้เป็น Top of Mind ของภูมิภาคเอเชีย 3. สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4. เสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ 5. ยกระดับศักยภาพและบทบาทของ สสพ.

2. พัฒนาแคมเปญสื่อสารการตลาดประเทศไทย 'Thailand CONNECT'

การเปิดตัวแคมเปญสื่อสารการตลาดประเทศไทย ภายใต้ชื่อ 'Thailand CONNECT' เพื่อเน้นให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแห่งการเชื่อมโยงธุรกิจสู่ความสำเร็จระดับโลก เน้นการนำเสนอเสาหลักสำคัญ 3 ประการ อันเป็นเสมือนหัวใจแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไมซ์ จุดหมายปลายทางที่หลากหลาย (Destination) ศูนย์กลางการดำเนินธุรกิจ (Business) บุคลากรและบริการที่ได้มาตรฐาน (People) และเป็นเสาหลักที่ถือได้ว่าเป็นจุดแข็งที่สำคัญของประเทศไทย เช่นเดียวกัน โดยทั้ง 3 เสาหลักจะเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ไทย

3. Implementation of Public Relations and Corporate Communication Plan

- The department creates awareness of TCEB's roles to drive the robust MICE industry, and the country's leadership position as a premiere destination for MICE activities, through integrated PR activities including press conferences, interviews, press releases, PR scoops, and more.
- Organises press conferences with key road shows in target markets including Asia, Oceania, Europe, America, and the Middle East, and industry trade shows such as IT & CMA, AIME, IMEX, CIBTM, EIBTM, and GIBTM.
- Organises a familiarization trip to provide first-hand MICE experience in Thailand for media from around the world.
- Conducts media relations programs such as sponsorship of the Economic Journalist Association's Annual Meeting, publication anniversaries, media thank you party, and more.
- Promotes Thailand through the use of effective media channels to directly target audiences and customers, as well as utilizing media events as a forum to communicate Thailand's readiness.
- Develops corporate publications including the TCEB Newsletter and MICE Journal to promote Thailand's MICE industry and the work of TCEB among MICE industry stakeholders.

3. แผนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

- การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทของ สสพ. และนำเสนอประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ โดยบูรณาการงานด้านประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ทั้งการจัดงานแถลงข่าว การจัดกิจกรรมสัมมนาพิเศษผู้บริหาร การจัดส่งข่าวและการจัดทำสกู๊ปข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
- การจัดงานแถลงข่าวในงานเทรดโชว์และโรดโชว์ ในประเทศเป้าหมายหลักของธุรกิจไมซ์ อาทิ งาน ITCMA / AIME / IMEX / CIBTM / EIBTM / GIBTM ซึ่งครอบคลุมตลาดเป้าหมายอย่าง เอเชีย โอเชียเนีย ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง เป็นต้น
- การจัดกิจกรรม International Media Familiarization Trip เพื่อเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมสัมผัสประสบการณ์การจัดงานไมซ์ในประเทศไทยครอบคลุมสื่อมวลชนจากทั่วโลก
- การดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสื่อมวลชน อาทิ การให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมประจำปีของสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ การให้การสนับสนุนโอกาสการครบรอบของสื่อมวลชน การจัดกิจกรรมขอบคุณสื่อมวลชนประจำปี เป็นต้น
- การเผยแพร่ประเทศไทยผ่านการใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไมซ์โดยตรง และกลุ่มเป้าหมายเชิงธุรกิจ ตลอดจนการใช้เวทีของงานอีเวนต์ที่เป็นสื่อในการเผยแพร่ความพร้อมและศักยภาพของประเทศไทย
- การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรเพื่อเผยแพร่การดำเนินงานขององค์กร และข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ อย่าง วารสาร TCEB NEWSLETTER และ วารสาร MICE JOURNAL โดยเผยแพร่แก่กลุ่มเป้าหมายในธุรกิจไมซ์

FINANCIAL STATEMENTS 2013



Auditor's Report

To the Board of Directors of Thailand Convention and Exhibition Bureau
(Public Organization)

I have audited the accompanying financial statements of Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), which comprise the statement of financial position as at 30 September 2013, and the statements of financial performance, changes in net assets and cash flows for the year then ended and a summary of significant accounting policies and other notes.

Management's Responsibility for the Financial Statements

Management is responsible for the preparation and fair presentation of these financial statements in accordance with accounting principles and policies issued by the Ministry of Finance and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

Auditor's Responsibility

My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit. I conducted my audit in accordance with Thai Standards on Auditing. Those standards require that I comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free from material misstatement.

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอคณะกรรมการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ และงบกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน รวมถึงหมายเหตุสรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญและหมายเหตุเรื่องอื่น ๆ

ความรับผิดชอบของผู้บริหารต่องบการเงิน

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำและการนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามหลักการบัญชีที่กระทรวงการคลังกำหนด และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริต หรือข้อผิดพลาด

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชี

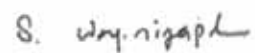
ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบในการแสดงความเห็นต่องบการเงินดังกล่าวจากผลการตรวจสอบของข้าพเจ้า ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ซึ่งกำหนดให้ข้าพเจ้าปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณ รวมถึงวางแผนและปฏิบัติงานตรวจสอบเพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditor's judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

I believe that the audit evidence I have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for my audit opinion.

Opinion

In my opinion, the financial statements referred to above present fairly, in all material respects, the financial position of Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) as at 30 September 2013, and its financial performance and its cash flows for the year then ended in accordance with accounting principles and policies issued by the Ministry of Finance.



Sukhumaporn Wong-ariyaporn

Certified Public Accountant (Thailand) No. 4843
PricewaterhouseCoopers ABAS Ltd.

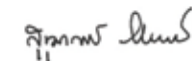
Bangkok
24 February 2014

การตรวจสอบรวมถึงการใช้วิธีการตรวจสอบเพื่อให้ได้มาซึ่งหลักฐานการสอบบัญชีเกี่ยวกับจำนวนเงินและการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงิน วิธีการตรวจสอบที่เลือกใช้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้สอบบัญชี ซึ่งรวมถึงการประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญของงบการเงินไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดในการประเมินความเสี่ยงดังกล่าว ผู้สอบบัญชีพิจารณาการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและการนำเสนองบการเงิน โดยถูกต้องตามที่ควรของกิจการ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของกิจการ การตรวจสอบรวมถึงการประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีที่จัดทำขึ้นโดยผู้บริหารรวมทั้งการประเมินการนำเสนองบการเงินโดยรวม

ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

ความเห็น

ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงินของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 ผลการดำเนินงานทางการเงิน และกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามหลักการบัญชีที่กระทรวงการคลังกำหนด



สุกุมารณ์ วงศ์อริยาพร

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4843

บริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด

กรุงเทพมหานคร
24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
STATEMENT OF FINANCIAL POSITION
 As at 30 September 2013

	Notes	2013 Baht	2012 Baht
Assets			
Current assets			
Cash and cash equivalents	3	474,691,975	474,691,975
Short-term investment	4	68,494,890	68,494,890
Advance receivables	5	9,850,328	9,850,328
Accrued interest income		764,357	764,357
Supplies	6	1,088,431	1,088,431
Prepaid expenses	7	9,062,677	9,062,677
Other current assets	8	982,598	982,598
Total current assets		564,935,256	564,935,256
Non-current assets			
Building and equipment	9	41,825,363	41,825,363
Intangible assets	10	45,957,753	45,957,753
Deposit	11	3,971,857	3,971,857
Non-current assets held for sales			
Total non-current assets		91,754,973	91,754,973
Total assets		656,690,229	656,690,229



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

The notes to the financial statements on pages 9 to 23 are an integral part of these financial statements.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
งบแสดงฐานะการเงิน
 ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2556 บาท	พ.ศ. 2555 บาท
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3	474,691,975	474,691,975
เงินลงทุนระยะสั้น	4	68,494,890	68,494,890
ลูกหนี้เงินทรองจ่าย	5	9,850,328	9,850,328
ดอกเบี้ยค้างรับ		764,357	764,357
วัสดุคงเหลือ	6	1,088,431	1,088,431
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	7	9,062,677	9,062,677
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	8	982,598	982,598
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		564,935,256	564,935,256
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
อาคารและอุปกรณ์	9	41,825,363	41,825,363
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	10	45,957,753	45,957,753
เงินมัดจำจ่าย	11	3,971,857	3,971,857
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขาย			
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		91,754,973	91,754,973
รวมสินทรัพย์		656,690,229	656,690,229



นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 9 ถึง 26 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
STATEMENT OF FINANCIAL POSITION (Cont'd)
 As at 30 September 2013

	Notes	2013 Baht	2012 Baht
Liabilities			
Current liabilities			
Account payables	12	82,880,692	153,744,619
Accrued expenses		1,720,828	2,304,284
Unearned income - registration fee		2,448,532	2,320,000
Other current liabilities	13	1,525,147	1,390,793
Total current liabilities		88,575,199	159,759,696
Non-current liabilities			
Retention	14	6,960,950	10,741,492
Provisions	15	13,082,923	11,890,175
Total non-current liabilities		20,043,873	22,631,667
Total liabilities		108,619,072	182,391,363
Net Assets			
Net Assets		548,071,157	374,706,969
Accumulated surpluses		548,071,157	374,706,969
Total Net Assets		548,071,157	374,706,969



Mr. Nopparat Maythaveekulchai
 President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)
 ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2556 บาท	พ.ศ. 2555 บาท
หนี้สิน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้	12	82,880,692	153,744,619
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		1,720,828	2,304,284
รายได้ค่าลงทะเบียนรับล่วงหน้า		2,448,532	2,320,000
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	13	1,525,147	1,390,793
รวมหนี้สินหมุนเวียน		88,575,199	159,759,696
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินประกัน	14	6,960,950	10,741,492
ประมาณการหนี้สิน	15	13,082,923	11,890,175
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		20,043,873	22,631,667
รวมหนี้สิน		108,619,072	182,391,363
สินทรัพย์สุทธิ			
สินทรัพย์สุทธิ		548,071,157	374,706,969
รายได้สูง / (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสะสม		548,071,157	374,706,969
รวมสินทรัพย์สุทธิ		548,071,157	374,706,969



นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
 ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
STATEMENT OF FINANCIAL PERFORMANCE
 For the year ended 30 September 2013

	Notes	2013 Baht	2012 Baht
Revenues from operations			
Revenues from government			
Government budget appropriations		870,484,200	801,437,000
Total revenues from government		870,484,200	801,437,000
Revenues from other sources			
Income from organizing training and seminars		1,883,122	13,469,994
Income from registration fee for exhibition participation	16	7,611,926	3,954,000
Interest income from deposits at financial institutions		16,192,874	13,907,112
Other income		1,952,481	837,251
Total revenues from other sources		27,640,403	22,168,357
Total revenues from operations		898,124,603	823,605,357
Operating expenses			
Personnel expenses	17	106,176,209	106,194,382
Administrative expenses	18	156,177,967	124,425,657
Marketing and promotion expenses	19	327,555,593	342,899,589
Grants	20	113,575,404	395,004,477
Depreciation and amortization		15,016,054	11,900,667
Total operating expenses		718,501,227	980,424,772
Revenues over / (under) operating expenses		179,623,376	(156,819,415)
Non-operating expenses	21	(6,259,188)	(378,805)
Revenues over/(under) expenses for the year		173,364,188	(157,198,220)



Mr. Nopparat Maythaveekulchai
 President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2556 บาท	พ.ศ. 2555 บาท
รายได้จากการดำเนินงาน			
รายได้จากรัฐบาล			
รายได้จากเงินงบประมาณ		870,484,200	801,437,000
รวมรายได้จากรัฐบาล		870,484,200	801,437,000
รายได้จากแหล่งอื่น			
รายได้จากการจัดอบรมสัมมนา		1,883,122	13,469,994
รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการ	16	7,611,926	3,954,000
รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากสถาบันการเงิน		16,192,874	13,907,112
รายได้อื่น		1,952,481	837,251
รวมรายได้จากแหล่งอื่น		27,640,403	22,168,357
รวมรายได้จากการดำเนินงาน		898,124,603	823,605,357
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน			
ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	17	106,176,209	106,194,382
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	18	156,177,967	124,425,657
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	19	327,555,593	342,899,589
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	20	113,575,404	395,004,477
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย		15,016,054	11,900,667
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน		718,501,227	980,424,772
รายได้สูง / (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน		179,623,376	(156,819,415)
ค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน	21	(6,259,188)	(378,805)
รายได้สูง / (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี		173,364,188	(157,198,220)



นายณพรัตน์ เมธวิกุลชัย
 ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
STATEMENTS OF CHANGES IN NET ASSETS
 For the year ended 30 September 2013

	Accumulated surpluses Baht	Total Baht
Opening balance as at 1 October 2011	531,905,189	531,905,189
Revenues under expenses for the year	(157,198,220)	(157,198,220)
Closing balance as at 30 September 2012	374,706,969	374,706,969
Opening balance as at 1 October 2012	374,706,969	374,706,969
Revenues under expenses for the year	173,364,188	173,364,188
Closing balance as at 30 September 2013	548,071,157	548,071,157



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

	รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม (บาท)	รวม (บาท)
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2554	531,905,189	531,905,189
รายได้ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	(157,198,220)	(157,198,220)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2555	374,706,969	374,706,969
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2555	374,706,969	374,706,969
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	173,364,188	173,364,188
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556	548,071,157	548,071,157



นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENT OF CASH FLOWS

For the year ended 30 September 2013

	Notes	2013 Baht	2012 Baht
Cash flows from operating activities:			
Revenues over / (under) expenses		173,364,188	(157,198,220)
Adjustments to net cash from operating activities			
Depreciation and amortisation	9,10	15,016,054	11,900,667
Loss on write off intangible assets	10	6,134,932	-
(Gain) loss on foreign exchange translation		413,958	(58,294)
Loss on sales of fixed assets		-	88,661
Loss on impairment of fixed assets	9	541,756	-
Interest income		(17,884,661)	(14,594,528)
Write off for deposit		-	1,673,636



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2556 บาท	พ.ศ. 2555 บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
รายได้สูง / (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ		173,364,188	(157,198,220)
ปรับกระทบยอดเป็นกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	9,10	15,016,054	11,900,667
ตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	10	6,134,932	-
(กำไร) ขาดทุนจากการแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ		413,958	(58,294)
ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์		-	88,661
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์	9	541,756	-
ดอกเบี้ยรับ		(17,884,661)	(14,594,528)
ค่าตัดจำหน่ายเงินประกัน		-	1,673,636



นายณพรัตน์ เมธวิกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENT OF CASH FLOWS (Cont'd)

For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

	Notes	2013 Baht	2012 Baht
Revenues over / (under) expenses before changes in			
operating assets and liabilities:		177,586,277	(158,188,078)
(Increase) / Decrease in operating assets			
Advance receivables		1,300,148	(9,132,628)
Supplies		23	38,010
Prepaid expenses		(7,127,749)	2,804,033
Deposit		(315,338)	1,283,002
Other current assets		194,212	(900,000)
Increase / (Decrease) in operating liabilities			
Account payables		(71,410,205)	(5,635,854)
Accrued expenses		(583,455)	(1,442,141)
Unearned income - registration fee		128,532	2,320,000
Other current liabilities		134,353	(661,034)
Retention		(3,780,543)	3,470,373
Employee retirement benefit less payment		1,192,748	5,134,195
Cash generated from (used in) operations		97,318,953	(160,910,122)
Interest received		18,812,092	13,590,156
Net cash generated from (used in) operating activities		116,131,045	(147,319,966)



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2556 บาท	พ.ศ. 2555 บาท
รายได้สูง / (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานก่อน			
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน		177,586,277	(158,188,078)
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง			
ลูกหนี้เงินตรงจ่าย		1,300,148	(9,132,628)
วัสดุคงเหลือ		23	38,010
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า		(7,127,749)	2,804,033
เงินมัดจำจ่าย		(315,338)	1,283,002
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น		194,212	(900,000)
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
เจ้าหนี้		(71,410,205)	(5,635,854)
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		(583,455)	(1,442,141)
รายได้ค่าลงทะเบียนรับล่วงหน้า		128,532	2,320,000
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		134,353	(661,034)
เงินประกัน		(3,780,543)	3,470,373
ผลประโยชน์พนักงานหลังจากงานสุทธิจากการจ่าย		1,192,748	5,134,195
เงินสดจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน		97,318,953	(160,910,122)
รับดอกเบี้ย		18,812,092	13,590,156
เงินสดสุทธิจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน		116,131,045	(147,319,966)



นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENT OF CASH FLOWS (Cont'd)

For the year ended 30 September 2013

	Notes	2013 Baht	2012 Baht
Cash flows from investing activities:			
Cash paid for acquisition of short-term investment		(368,494,890)	-
Cash received from redemption of short-term investment		300,000,000	-
Cash paid for acquisition of fixed assets		(5,744,362)	(15,601,407)
Cash paid for acquisition of intangible assets		(30,094,503)	(18,096,218)
Cash received from sale of fixed assets		-	13,546
Net cash used in investing activities		(104,333,755)	(33,684,079)
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents		(11,797,290)	(181,004,045)
Cash and cash equivalents at the beginning of the year		462,874,179	643,857,448
Exchange gain on cash and cash equivalents		20,506	20,776
Ending balance	3	474,691,975	462,874,179
Additional information on cash flow			
Non-cash transactions:			
Payable for purchases of equipment and intangible asset		111,815	9,845,908
Transfer equipments to (from) non-current assets held for sales		(546,293)	186,760
Decomissioning cost of leased office improvement recorded as leased office improvement		-	6,755,980



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

The notes to the financial statements on pages 9 to 23 are an integral part of these financial statements.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2556 บาท	พ.ศ. 2555 บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนระยะสั้น		(368,494,890)	-
เงินสดรับจากการไถ่ถอนเงินลงทุนระยะสั้น		300,000,000	-
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์		(5,744,362)	(15,601,407)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน		(30,094,503)	(18,096,218)
เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์		-	13,546
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน		(104,333,755)	(33,684,079)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ		(11,797,290)	(181,004,045)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี		462,874,179	643,857,448
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน		20,506	20,776
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี	3	474,691,975	462,874,179
ข้อมูลเพิ่มเติมประกอบงบกระแสเงินสด			
รายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับกระแสเงินสด			
การซื้ออุปกรณ์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ยังไม่ได้ชำระ		111,815	9,845,908
โอนอุปกรณ์เป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขาย (โอนกลับ)		(546,293)	186,760
ประมาณการหนี้สินค่ารถถอนส่วนปรับปรุงสำนักงานเช่าเป็นต้นทุนของส่วนปรับปรุงสำนักงาน		-	6,755,980



นายณพรัตน์ เมธวิกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงินบนหน้า 9 ถึง 26 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

1. General information

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) ("TCEB") was established according to the Royal Decree for the Establishment of Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) B.E. 2545 which was announced in the Government Gazette on 27 September 2002. TCEB's objectives are:

- a: To promote the organizing of meetings, incentive travel and exhibition in Thailand.
- b: To support and organize the presentation of Thai art and culture for the preservation purpose.
- c: To provide technical know-how and training to government officials and the public in order to gain skills related to tourism industry which is equivalent to that of international standards.
- d: To be an information center for international meetings, conventions and exhibitions.
- e: To provide knowledge for the operators of tourism business to understand the preservation of environments and natural resources.

The operations to achieve the abovementioned objectives are carried out with the targets to enhance the further development and expansions of Thailand's potential as a center for international meetings, incentive travel and international exhibitions.

TCEB is located at Siam Tower, Unit A2, B1, B2, 12th Floor and 26th Floor, No. 989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok 10330.

The financial statements have been approved by TCEB's Board of Directors on 24 February 2014.

1. ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (“สำนักงานฯ”) จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- ก. ส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- ข. สนับสนุนหรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทยอันเป็นการทะนุบำรุงศิลปะ และวัฒนธรรมไทย
- ค. ให้การบริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญ และทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- ง. เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดนิทรรศการ
- จ. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ทั้งนี้ การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว เพื่อมุ่งพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการนานาชาติ

สำนักงานฯ มีที่ทำการอยู่ที่อาคารสยามทาวเวอร์ ห้องเลขที่ A2, B1, B2 ชั้น 12B และ ชั้น 26 เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

งบการเงินนี้ได้รับการอนุมัติให้ออกงบการเงินโดยคณะกรรมการของสำนักงานฯ เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

2. Accounting policies

The principal accounting policies adopted in the preparation of the financial statements are set out below:

2.1 Basis of preparation

These financial statements have been prepared in accordance with the accounting principles and policies for Government Units no. 2 dated 6 January 2003 issued by the Ministry of Finance.

The financial statements have been prepared under the historical cost convention.

The preparation of financial statements requires the use of certain critical accounting estimates. It also requires management to exercise its judgement in the process of applying the accounting policies. The actual results may differ from those estimates.

An English version of the financial statements has been prepared from the statutory financial statements that are in the Thai language. In the event of a conflict or a difference in interpretation between the two languages, the Thai language statutory financial statements shall prevail.

2.2 Foreign currency translation

Items included in the financial statements are measured using Thai Baht. The financial statements are presented in Thai Baht.

2. นโยบายการบัญชี

นโยบายการบัญชีที่สำคัญซึ่งใช้ในการจัดทำงบการเงินมีดังต่อไปนี้

2.1 เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นตามหลักการและนโยบายการบัญชีสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2546 ที่ประกาศโดยกระทรวงการคลัง

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมในการวัดมูลค่าขององค์ประกอบของงบการเงิน

การจัดทำงบการเงินให้ใช้ประมาณการทางบัญชีที่สำคัญและการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร ซึ่งจัดทำขึ้นตามกระบวนการในการนำนโยบายการบัญชีของสำนักงานฯ ไปถือปฏิบัติซึ่งผลที่เกิดขึ้นจริงภายหลังอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้

งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษจัดทำขึ้นจากงบการเงินตามกฎหมายที่เป็นภาษาไทยในกรณีที่มีเนื้อความขัดแย้งกันหรือมีการตีความในสองภาษาแตกต่างกัน ให้ใช้งบการเงินตามกฎหมายฉบับภาษาไทยเป็นหลัก

2.2 การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ

รายการต่างๆ ในงบการเงินของสำนักงานฯ วัดมูลค่าโดยใช้สกุลเงินบาท งบการเงินนำเสนอในสกุลเงินบาท

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

2. Accounting policies (Cont'd)

2.2 Foreign currency translation (Con'd)

At the end of each reporting period, foreign currency monetary balances are translated by using the exchange rate at the closing rate. Monetary assets denominated in foreign currency are translated to Thai Baht by using average bank's buying rate calculated by Bank of Thailand and monetary liabilities denominated in foreign currency are translated to Thai Baht by using an average bank's selling rate calculated by Bank of Thailand. Non-monetary balances denominated in a foreign currency are carried at cost using the exchange rate at the date of transaction.

Gains and losses resulting from the settlement of foreign currency transactions and from the translation of monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are recognised as income or expenses for the fiscal year.

2.3 Cash and cash equivalents

Cash comprise cash on hand, deposit held at call with banks but exclude deposits with banks which are restricted deposits. Cash equivalents comprise short-term highly liquid investments with maturities of three months or less from the date of acquisition.

2.4 Short-term investment

Short-term investment is investment intended to be held for less than 1 year. It includes fixed deposit with maturities more than 3 months to 1 year, trading securities, available-for sale-securities, general investments and debt securities with maturities within 12 months.

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.2 การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ (ต่อ)

ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน สำนักงานฯ แปลงค่ารายการที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศให้เป็นเงินบาทโดยใช้อัตราปิด โดยแปลงสินทรัพย์ที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ โดยใช้อัตราเฉลี่ยที่ธนาคารพาณิชย์รับซื้อซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยคำนวณไว้ และแปลงหนี้สินที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ โดยใช้อัตราเฉลี่ยที่ธนาคารพาณิชย์ขายซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยคำนวณไว้ สำหรับรายการที่ไม่เป็นตัวเงินที่อยู่ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งบันทึกไว้ด้วยราคาทุนเดิม สำนักงานฯ แปลงค่ารายการนี้โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ

รายการกำไรและรายการขาดทุนที่เกิดจากการรับหรือจ่ายชำระที่เป็นเงินตราต่างประเทศ และที่เกิดจากการแปลงค่าสินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินดังกล่าวให้รับรู้เป็นรายได้หรือค่าใช้จ่ายประจำปีงบประมาณ

2.3 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสด หมายรวมถึงเงินสดในมือและเงินฝากธนาคารประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม แต่ไม่รวมเงินฝากธนาคารที่มีข้อกำหนดในการเบิกถอนรายการเทียบเท่าเงินสด รวมถึงเงินลงทุนระยะสั้นอื่นที่มีสภาพคล่องสูงซึ่งมีอายุไม่เกินสามเดือนนับจากวันที่ได้มา

2.4 เงินลงทุนระยะสั้น

เงินลงทุนระยะสั้น คือ เงินลงทุนที่สำนักงานฯ ตั้งใจจะถือไว้ไม่เกิน 1 ปี ซึ่ง หมายรวมถึงเงินฝากประจำอายุเกิน 3 เดือนถึง 1 ปี หลักทรัพย์เพื่อค้า หลักทรัพย์เพื่อขาย เงินลงทุนทั่วไป และตราสารหนี้ที่จะครบกำหนดภายใน 1 ปี

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

2. Accounting policies (Cont'd)

2.5 Advance receivables

Advance receivables are advance payment to staff for operating purposes. Advance receivables are recognised at net realisable value by not recording allowance for doubtful account.

2.6 Supplies

Supplies are assets used in the ordinary course of business, generally are not high value and non-durable. Supplies are stated at the lower of cost and net realisable value. Cost is determined by the weighted average method.

2.7 Non-current assets held for sale

The assets are classified as non-current assets held for sales and presented as non-current assets if their carrying amount will be recovered principally through a sale transaction and a sale is considered highly probable rather than through continuing use.

Non-current assets held for sales are measured at the lower of their carrying amount and their estimated selling price less costs to sell. An impairment loss for any initial or subsequent write-down of the assets is recognised as expense.

A non-current asset held for sales is not depreciated.

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.5 ลูกหนี้เงินทรองจ่าย

ลูกหนี้เงินทรองจ่าย หมายถึง ลูกหนี้ภายในหน่วยงานกรณีให้พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทรองไปใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน สำนักงานฯ จะรับรู้ลูกหนี้ในกรณีนี้ตามมูลค่าที่จะได้รับโดยไม่ตั้งบัญชีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ

2.6 วัสดุคงเหลือ

วัสดุคงเหลือ หมายถึง สินทรัพย์ที่สำนักงานฯ มีไว้เพื่อใช้ในการดำเนินงานตามปกติ โดยทั่วไปมีมูลค่าไม่สูงและไม่มีลักษณะคงทนถาวร วัสดุคงเหลือแสดงในราคาทุน หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า ซึ่งต้นทุนวัสดุคำนวณโดยใช้วิธีถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

2.7 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขาย

สำนักงานฯ จัดประเภทสินทรัพย์เป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายเมื่อมีวัตถุประสงค์ที่จะถือไว้เพื่อขาย โดยพิจารณาจากการที่มูลค่าตามบัญชีที่จะได้รับคืน ส่วนใหญ่มาจากการขาย มิใช่มาจากการใช้สินทรัพย์ โดยแสดงเป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายวัดมูลค่าด้วยจำนวนที่ต่ำกว่าระหว่างมูลค่าตามบัญชีและราคาที่เราคาดว่าจะขายได้สุทธิจากต้นทุนในการขาย สำนักงานฯ จะรับรู้ผลขาดทุนจากการลดมูลค่าสำหรับการลดมูลค่าในครั้งแรก หรือในครั้งต่อ ๆ ไป ของสินทรัพย์เป็นค่าใช้จ่าย

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายจะไม่มีราคาคำนวณค่าเสื่อมราคา (หรือค่าตัดจำหน่าย) ของสินทรัพย์นั้น

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

2. Accounting policies (Cont'd)

2.8 Short-term investment

Building and equipment are stated at cost less any accumulated depreciation and allowance for a decrease in value (if any). Assets are recognised for any item of Baht 5,000 or more.

Cost of building and equipment comprise purchase price, import duties and non-refundable purchase taxes (after deducting trade discounts and rebates) and any costs directly attributable to bringing the asset to the location and condition necessary for them to be capable of operating in the manner intended by management. These include the estimate of dismantling and removing costs, and restoring the site in which the asset is located. An entity incurs such obligation either when asset is acquired or as a consequence of having used such asset during a period.

Building and equipment are depreciated on the straight-line basis over the estimated useful lives of the assets as follows:

Leasehold improvement	8 - 10 years
Office equipment	10 years
Vehicles	5 years
Advertising equipment	5 years
Household equipment	5 years
Computers	3 - 5 years
Electronic and radiogram equipment	10 years

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.8 อาคารและอุปกรณ์

อาคารและอุปกรณ์แสดงรายการด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าเผื่อการลดลงของมูลค่า (ถ้ามี) และรับรู้ในบัญชีสินทรัพย์เฉพาะรายการที่มีมูลค่าตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป

ราคาทุนของรายการอาคารและอุปกรณ์ รวมถึง ราคาซื้อ อาคารเช่า ภาษีซื้อที่เรียก คืนไม่ได้ (หลังหักส่วนลดการค้า และจำนวนที่ได้รับคืนจากผู้ขาย) และต้นทุนทางตรงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสินทรัพย์เพื่อให้สินทรัพย์นั้นอยู่ในสถานที่และสภาพที่พร้อมจะใช้งานได้ตามความประสงค์ของฝ่ายบริหาร รวมทั้งต้นทุนที่ประมาณที่ดีที่สุดสำหรับการรื้อ การขนย้าย และการบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์ ซึ่งเป็นภาระผูกพันของกิจการที่เกิดขึ้นเมื่อกิจการได้สินทรัพย์นั้นมาหรือเป็นผลจากการ ใช้สินทรัพย์นั้นในช่วงเวลาหนึ่ง

ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยใช้วิธีเส้นตรงเพื่อลดราคาตามบัญชีของสินทรัพย์ แต่ละชนิดตลอดอายุการให้ประโยชน์ที่ประมาณการไว้ของสินทรัพย์ ดังนี้

ส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงานเช่า	8 - 10 ปี
ครุภัณฑ์สำนักงาน	10 ปี
ครุภัณฑ์ยานพาหนะและขนส่ง	5 ปี
ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	5 ปี
ครุภัณฑ์งานบ้านงานครัว	5 ปี
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	3 - 5 ปี
ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	10 ปี

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

2. Accounting policies (Cont'd)

2.8 Building and equipment (Cont'd)

Whenever there is an indication showing a permanent decrease in the value of fixed asset; such as an evidence of obsolescence or physical damage of an asset, significant changes in the manner in which an asset is used or is expected to be used, loss on a decrease in value is recognised in statement of financial performance where the carrying amount of asset is higher than the recoverable amount. The recoverable amount of asset is the higher of its fair value less costs to sell and its value in use.

2.9 Intangible assets

2.9.1 Computer software

Computer software is valued at cost less accumulated amortization. Costs of computer software comprise costs that are directly attributable to the acquisition and development of computer software, or acquisition costs of right to use computer software. These costs are amortised on the straight-line basis over their estimated useful lives 5 years.

2.9.2 Website

Website is valued at cost less accumulated amortisation. Website development costs are recognised as an asset when it is probable that future economic benefits associated the asset will flow to the entity and cost of the asset can be measured reliably.

Website development costs for advertising and public relation activities shall be recognised as an expense when incur.

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.8 อาคารและอุปกรณ์ (ต่อ)

ในกรณีที่มิข้อบ่งชี้ว่ารายการอาคารและอุปกรณ์มีมูลค่าลดลงอย่างถาวร เช่น มีหลักฐานแสดงให้เห็นว่าสินทรัพย์ล้าสมัยหรือชำรุดเสียหาย หรือ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับลักษณะที่ใช้หรือคาดว่าจะใช้สินทรัพย์ สำนักงานฯ จะรับรู้ผลขาดทุนจากการลดลงของมูลค่าของอาคารและอุปกรณ์ในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน หากราคาตามบัญชีสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ซึ่งมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายหรือมูลค่าจากการใช้ของสินทรัพย์นั้น แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า

2.9 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

2.9.1 โปรแกรมคอมพิวเตอร์

โปรแกรมคอมพิวเตอร์แสดงด้วยราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม ราคาทุนของโปรแกรมคอมพิวเตอร์รวมถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นในการจัดหาหรือพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในส่วนที่ระบุได้โดยตรงว่าเกี่ยวข้องกับการจัดหาหรือพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือต้นทุนในการได้มาซึ่งสิทธิในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยจะตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุประมาณการให้ประโยชน์ 5 ปี

2.9.2 เว็บไซต์

เว็บไซต์ แสดงด้วยราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม ต้นทุนในการพัฒนาเว็บไซต์จะรับรู้เป็นสินทรัพย์เมื่อเป็นไปตามหลักเกณฑ์การรับรู้สินทรัพย์ คือมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่สำนักงานฯ จะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตที่จะเกิดจากสินทรัพย์นั้นและราคาทุนของสินทรัพย์วัดมูลค่าได้อย่างน่าเชื่อถือ

ต้นทุนในการพัฒนาเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายทันทีเมื่อเกิดขึ้น

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

2. Accounting policies (Cont'd)

2.10 Leases - where the entity is the lessee

Leases not transferring a significant portion of the risks and rewards of ownership to the lessee are classified as operating leases. Payments made under operating leases (net of any incentives received from the lessor) are charged to the statement of financial performance on a straight-line basis over the period of the lease agreement.

2.11 Employee benefit-Provident fund

TCEB provides a provident fund, a defined contribution plan, which was held separately from TCEB's assets and managed by the external fund manager. Such provident fund is contributed by the employees and TCEB. Contributions to provident fund are recognised as expense in the statements of financial performance in the period.

2.12 Provision

Provision is recognised when an entity has a present legal or constructive obligation as a result of past events. It is probable that an outflow of economic benefits resources will be required to settle the obligation and a reliable estimate of the amount can be made. Provisions, claim on damages, employee benefits and decommissioning cost, are recognized based on best estimation of amounts to be settled.

Where it is expected that a provision will be reimbursed, the reimbursement is recognised as a separate asset but only when the reimbursement is virtually certain. The amount recognised for reimbursement should not exceed the amount of the provision.

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.10 สัญญาเช่าระยะยาว - กรณีที่สำนักงานฯ เป็นผู้เช่า

สัญญาเช่าระยะยาวเพื่อเช่าสินทรัพย์ซึ่งผู้ให้เช่าเป็นผู้รับความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของเป็นส่วนใหญ่ สัญญาเช่านั้นถือเป็นสัญญาเช่าดำเนินงาน เงินที่ต้องจ่ายภายใต้สัญญาเช่าดังกล่าว (สุทธิจากสิ่งตอบแทนจูงใจที่ได้รับจากผู้ให้เช่า) จะบันทึกในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินโดยใช้วิธีเส้นตรงตลอดอายุของ สัญญาเช่านั้น

2.11 ผลประโยชน์ของพนักงาน - กองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน

สำนักงานฯ จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพซึ่งเป็นลักษณะของแผนการจ่ายสมทบตามที่ได้กำหนดการจ่ายสมทบไว้แล้ว สินทรัพย์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้แยกออกไปจากสินทรัพย์ของสำนักงานฯ และได้รับการบริหารโดยผู้จัดการกองทุนภายนอก กองทุนสำรองเลี้ยงชีพดังกล่าวได้รับเงินสะสมเข้ากองทุนจากพนักงานและเงินสมทบจากสำนักงานฯ เงินจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เกิดรายการนั้น

2.12 ประมาณการหนี้สิน

สำนักงานฯ จะบันทึกประมาณการหนี้สินเมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ของการเกิดภาระผูกพันในปัจจุบันตามกฎหมายหรือจากการอนุมานอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ในอดีต ภาระผูกพันดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลให้สูญเสียทรัพยากรที่มีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเพื่อจ่ายชำระภาระผูกพัน และจำนวนที่ต้องจ่ายสามารถประมาณการได้อย่างน่าเชื่อถือ เช่น หนี้สินค่าชดเชยความเสียหาย หนี้สินผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน และ ต้นทุนการรื้อถอนสำนักงานฯ จะรับรู้ประมาณการหนี้สินด้วยจำนวนประมาณการที่ดีที่สุดของรายการที่จะต้องจ่ายชำระ

หากสำนักงานฯ คาดว่าจะได้รับคืนจากรายจ่ายที่จ่ายชำระไปตามประมาณการหนี้สินทั้งหมดหรือบางส่วนอย่างแน่นอน สำนักงานฯ จะรับรู้รายการที่ได้รับคืนเป็นสินทรัพย์ แยกต่างหากแต่ต้องไม่เกินจำนวนประมาณการหนี้สินที่เกี่ยวข้อง

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

2. Accounting policies (Cont'd)

2.12 Provision (Cont'd)

Provision for employee benefit is estimated following TCEB's rule and regulation relating to staff welfare and benefit B.E. 2544. It is calculated based on actuarial technique by using a projected unit credit method.

2.13 Revenue recognition

Budget from the government is unconditional budget. It is recognised as income when received.

Interest income is recognised on a time proportion basis.

Other income is recognised on an accrual basis.

2.14 Expenses

Expenses are recognised on an accrual basis when incurred. Grants are recognised as expenses when they are approved to pay to eligible receivers and the conditions are complied.

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.12 ประมาณการหนี้สิน (ต่อ)

สำนักงานฯ ได้ประมาณการหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์ของพนักงานหลังออกจากงานตามระเบียบสำนักงานฯ ว่าด้วยสวัสดิการและสิทธิประโยชน์อื่นของพนักงาน และลูกจ้าง พ.ศ. 2554 ซึ่งคำนวณโดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ ตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย

2.13 การรับรู้รายได้

เงินงบประมาณรับจากรัฐบาลเป็นลักษณะจ่ายขาดจากรัฐบาลโดยไม่มีเงื่อนไข จึงรับรู้เป็นรายได้จากเงินงบประมาณเมื่อได้รับเงิน

รายได้ดอกเบี้ยรับรู้ตามเกณฑ์สัดส่วนของเวลา

รายได้อื่นรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

2.14 การรับรู้ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายรับรู้ตามเกณฑ์คงค้างเมื่อรายการนั้นเกิดขึ้น ยกเว้นค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อได้รับการอนุมัติให้จ่ายแก่ผู้มีสิทธิและได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันแล้ว

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

3. Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Cash	52,969	18,789
Current account	2,000	3,000
Savings account	266,352,873	103,766,894
Fixed deposit - 3 months	208,284,133	359,085,496
Total cash and cash equivalents	474,691,975	462,874,179

4. Short-term investment

Short-term investment as at 30 September 2013 and 2012 is as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Fixed deposit - 6 months to 1 year	68,494,890	
Total short-term investment	68,494,890	

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

3. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
เงินสด	52,969	18,789
เงินฝากกระแสรายวัน	2,000	3,000
เงินฝากออมทรัพย์	266,352,873	103,766,894
เงินฝากประจำประเภท 3 เดือน	208,284,133	359,085,496
รวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	474,691,975	462,874,179

4. เงินลงทุนระยะสั้น

เงินลงทุนระยะสั้น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
เงินฝากประจำประเภท 6 เดือน - 1 ปี	68,494,890	
รวมเงินลงทุนระยะสั้น	68,494,890	

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

5. Advance receivables

Advance receivables as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Advance receivables	954,661	1,118,234
Advance receivables for organizing exhibitions	8,849,230	9,984,640
Other receivables - other local organizations	46,437	47,601
Total receivables	9,850,328	11,150,475

Advance receivables and advance receivables for promotion events and marketing public relation were made to staff for purposes as defined by TCEB's rules and regulations.

6. Supplies

Supplies as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Marketing supplies	1,043,363	1,047,803
Office supplies	45,068	40,652
Total supplies	1,088,431	1,088,455

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

5. ลูกหนี้เงินทรองจ่าย

ลูกหนี้เงินทรองจ่าย ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
ลูกหนี้เงินยืมทรอง	954,661	1,118,234
ลูกหนี้เงินสำรองจ่ายเพื่อจัดนิทรรศการ	8,849,230	9,984,640
ลูกหนี้อื่น - หน่วยงานอื่นในประเทศ	46,437	47,601
รวมลูกหนี้	9,850,328	11,150,475

ลูกหนี้เงินยืมทรองและลูกหนี้เงินสำรองจ่ายเพื่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์การตลาด เป็นเงินทรองจ่ายซึ่งสำนักงานฯ ได้จ่ายให้แก่เจ้าหน้าที่ของสำนักงานฯ เพื่อนำไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์และหลักเกณฑ์ที่สำนักงานฯ กำหนด

6. วัสดุคงเหลือ

วัสดุคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
วัสดุอุปกรณ์ทางการตลาด	1,043,363	1,047,803
วัสดุสำนักงาน	45,068	40,652
รวมวัสดุคงเหลือ	1,088,431	1,088,455

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

7. Prepaid expenses

Prepaid expenses as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Prepaid expenses for organizing exhibitions	5,039,130	1,206,560
Other prepaid expenses	4,023,547	578,368
Prepaid grants	-	150,000
Total prepaid expenses	9,062,677	1,934,928

8. Other current assets

Other current assets as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Deposit for office renovation	900,000	900,000
Receivable – refundable of air tickets	82,598	276,810
Total other current assets	982,598	1,176,810

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

7. ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า

ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
ค่าจัดนิทรรศการล่วงหน้า	5,039,130	1,206,560
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้าอื่น	4,023,547	578,368
เงินอุดหนุนล่วงหน้า	-	150,000
รวมค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	9,062,677	1,934,928

8. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
เงินประกันค่าตกแต่งสำนักงาน	900,000	900,000
ลูกหนี้ค่าตั๋วโดยสารรอรับคืน	82,598	276,810
รวมสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	982,598	1,176,810

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2013

9. Building and equipment

Building and equipment as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	Leasehold improvement Baht	Office equipment Baht	Electronic and radiogram equipment Baht
As at 1 October 2012			
Cost	41,431,144	5,595,831	4,441,281
Less Accumulated depreciation	(6,857,360)	(2,421,733)	(1,416,338)
Net book amount	34,573,784	3,174,098	3,024,943

**For the year ended
30 September 2013**

Opening net book amount	34,573,784	3,174,098	3,024,943
Additions	-	326,888	-
Disposals and write-off, net	-	(18,180)	-
Transfers in	-	46,603	458,454
Depreciation charge	(4,187,342)	(580,478)	(444,128)
Impairment loss	-	(83,303)	(458,453)
Closing net book amount	30,386,442	2,865,628	2,580,816

As at 30 September 2013

Cost	41,431,144	5,943,191	5,522,829
Less Accumulated depreciation	(11,044,702)	(2,994,260)	(2,483,560)
Less Allowance for impairment	-	(83,303)	(458,453)
Net book amount	30,386,442	2,865,628	2,580,816

Advertising equipment Baht	Computers Baht	Household equipment Baht	Vehicle Baht	Total Baht
361,072	6,310,556	140,476	290,000	58,570,360
(127,565)	(4,337,861)	(66,234)	(64,197)	(15,291,288)
233,507	1,972,695	74,242	225,803	43,279,072

233,507	1,972,695	74,242	225,803	43,279,072
186,387	3,621,083	-	-	4,134,358
-	-	-	-	(18,180)
-	1,773,728	7,508	-	2,286,293
(82,002)	(1,941,321)	(21,153)	(58,000)	(7,314,424)
-	-	-	-	(541,756)
337,892	5,426,185	60,597	167,803	41,825,363

547,459	11,913,843	148,501	290,000	65,796,967
(209,567)	(6,487,658)	(87,904)	(122,197)	(23,429,848)
-	-	-	-	(541,756)
337,892	5,426,185	60,597	167,803	41,825,363

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

9. อาคารและอุปกรณ์

อาคารและอุปกรณ์ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	ส่วนปรับปรุงอาคาร สำนักงานเช่า (บาท)	ครุภัณฑ์ สำนักงาน (บาท)	ครุภัณฑ์ไฟฟ้า และวิทยุ (บาท)	ครุภัณฑ์โฆษณา และเผยแพร่ (บาท)	ครุภัณฑ์ คอมพิวเตอร์ (บาท)	ครุภัณฑ์ งานบ้าน งานครัว (บาท)	ครุภัณฑ์ ยานพาหนะและขนส่ง (บาท)	Total Baht
ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2555								
ราคาทุน	41,431,144	5,595,831	4,441,281	361,072	6,310,556	140,476	290,000	58,570,360
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	(6,857,360)	(2,421,733)	(1,416,338)	(127,565)	(4,337,861)	(66,234)	(64,197)	(15,291,288)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	34,573,784	3,174,098	3,024,943	233,507	1,972,695	74,242	225,803	43,279,072
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556								
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	34,573,784	3,174,098	3,024,943	233,507	1,972,695	74,242	225,803	43,279,072
เพิ่มขึ้น	-	326,888	-	186,387	3,621,083	-	-	4,134,358
ตัดจำหน่าย	-	(18,180)	-	-	-	-	-	(18,180)
โอนเข้า	-	46,603	458,454	-	1,773,728	7,508	-	2,286,293
ค่าเสื่อมราคา	(4,187,342)	(580,478)	(444,128)	(82,002)	(1,941,321)	(21,153)	(58,000)	(7,314,424)
ขาดทุนจากการด้อยค่า	-	(83,303)	(458,453)	-	-	-	-	(541,756)
ราคาตามบัญชีปลายปี - สุทธิ	30,386,442	2,865,628	2,580,816	337,892	5,426,185	60,597	167,803	41,825,363
ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556								
ราคาทุน	41,431,144	5,943,191	5,522,829	547,459	11,913,843	148,501	290,000	65,796,967
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	(11,044,702)	(2,994,260)	(2,483,560)	(209,567)	(6,487,658)	(87,904)	(122,197)	(23,429,848)
หักค่าเผื่อการด้อยค่า	-	(83,303)	(458,453)	-	-	-	-	(541,756)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	30,386,442	2,865,628	2,580,816	337,892	5,426,185	60,597	167,803	41,825,363

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

10. Intangible assets

Intangible assets as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	Website Baht	Brand Baht	Computer software Baht	Computer software in progress Baht	Total Baht
As at 1 October 2012					
Cost	13,901,507	1,712,000	30,894,266	260,920	46,768,693
Less Accumulated depreciation	(8,670,983)	(807,592)	(7,590,306)	-	(17,068,881)
Net book amount	5,230,524	904,408	23,303,960	260,920	29,699,812
For the year ended 30 September 2013					
Opening net book amount	5,230,524	904,408	23,303,960	260,920	29,699,812
Additions	-	-	2,580,733	29,253,770	31,834,503
Write-off, net	(5,230,524)	(904,408)	-	-	(6,134,932)
Transfer in / (out)	-	-	24,654,797	(26,394,797)	(1,740,000)
Amortisation charges	-	-	(7,701,630)	-	(7,701,630)
Closing net book amount	-	-	42,837,860	3,119,893	45,957,753
As at 30 September 2013					
Cost	-	-	58,129,796	3,119,893	61,249,689
Less Accumulated depreciation	-	-	(15,291,936)	-	(15,291,936)
Net book amount	-	-	42,837,860	3,119,893	45,957,753

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

10. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	เว็บไซต์ (บาท)	แบรนด์ โลโก้ TCEB (บาท)	โปรแกรม คอมพิวเตอร์ (บาท)	โปรแกรม คอมพิวเตอร์ ระหว่างพัฒนา (บาท)	รวม (บาท)
ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2555					
ราคาทุน	13,901,507	1,712,000	30,894,266	260,920	46,768,693
หักค่าตัดจำหน่ายสะสม	(8,670,983)	(807,592)	(7,590,306)	-	(17,068,881)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	5,230,524	904,408	23,303,960	260,920	29,699,812
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556					
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	5,230,524	904,408	23,303,960	260,920	29,699,812
เพิ่มขึ้น	-	-	2,580,733	29,253,770	31,834,503
ตัดจำหน่าย	(5,230,524)	(904,408)	-	-	(6,134,932)
โอนเข้า / (ออก)	-	-	24,654,797	(26,394,797)	(1,740,000)
ค่าตัดจำหน่าย	-	-	(7,701,630)	-	(7,701,630)
ราคาตามบัญชีปลายปี - สุทธิ	-	-	42,837,860	3,119,893	45,957,753
ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556					
ราคาทุน	-	-	58,129,796	3,119,893	61,249,689
หักค่าตัดจำหน่ายสะสม	-	-	(15,291,936)	-	(15,291,936)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	-	-	42,837,860	3,119,893	45,957,753

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

11. Deposit

Deposit as at 30 September 2013 and 2012 is as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Office rental deposits	3,907,177	3,552,015
Others	64,680	104,505
Total deposit	3,971,857	3,656,520

12. Account payables

Account payables as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Local payables	66,546,153	140,248,509
Overseas payables	16,334,539	13,496,110
Total account payables	82,880,692	153,744,619

Local payables included liabilities of Baht 8.52 million which were under the lawsuit process (Note 23).

11. เงินมัดจำจ่าย

เงินมัดจำจ่าย ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
เงินมัดจำค่าเช่าสำนักงาน	3,907,177	3,552,015
เงินมัดจำอื่น	64,680	104,505
รวมเงินมัดจำจ่าย	3,971,857	3,656,520

12. เจ้าหนี้

เจ้าหนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
เจ้าหนี้วัสดุและบริการ - ในประเทศ	66,546,153	140,248,509
เจ้าหนี้วัสดุและบริการ - ต่างประเทศ	16,334,539	13,496,110
รวมเจ้าหนี้	82,880,692	153,744,619

เจ้าหนี้วัสดุและบริการในประเทศได้รวมหนี้สินจำนวน 8.52 ล้านบาท ซึ่งเป็นหนี้สินที่อยู่ระหว่างการฟ้องร้องตามรายละเอียดในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 23

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

13. Other current liabilities

Other current liabilities as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Deposit	-	359,925
Withholding tax payable - salaries	772,870	613,010
Withholding tax payable - others	294,328	417,858
VAT payable	457,949	-
Total other current liabilities	1,525,147	1,390,793

14. Retention

Retention as at 30 September 2013 and 2012 is as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Retention for contracts	4,347,650	5,572,654
Retention for bidding	2,613,300	4,528,200
Retention for performance	-	640,638
Total retention	6,960,950	10,741,492

13. หนี้สินหมุนเวียนอื่น

หนี้สินหมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
เงินมัดจำรับ	-	359,925
ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายค้างจ่าย - ภ.ง.ด. 1	772,870	613,010
ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายค้างจ่าย - ภ.ง.ด. 3 และ ภ.ง.ด. 53	294,328	417,858
เจ้าหนี้ภาษีมูลค่าเพิ่ม	457,949	-
รวมหนี้สินหมุนเวียนอื่น	1,525,147	1,390,793

14. เงินประกัน

เงินประกัน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
เงินประกันสัญญา	4,347,650	5,572,654
หลักประกันของ	2,613,300	4,528,200
เงินประกันผลงาน	-	640,638
รวมเงินประกัน	6,960,950	10,741,492

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

15. Provisions

Provisions as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Post employment benefit	6,326,943	5,134,195
Decommissioning cost	6,755,980	6,755,980
Total provisions	13,082,923	11,890,175

Provision for employee benefit is recognised as expense and liability first time since 1 October 2011 based on actuarial technique by using a projected unit credit method.

16. Income from registration fee for exhibition participation

Income from registration fee for exhibition participation represented registration fee collected from Thai private entrepreneurs operating in the MICE industry for the participation in trade and road shows activities with TCEB relating to sale promotions and business negotiations between Thai entrepreneurs and prospective customers.

15. ประมาณการหนี้สิน

ประมาณการหนี้สิน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
ผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	6,326,943	5,134,195
ต้นทุนการรื้อถอน	6,755,980	6,755,980
รวมประมาณการหนี้สิน	13,082,923	11,890,175

สำนักงานฯ ได้บันทึกประมาณการหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงานเป็นหนี้สินและรับรู้เป็นค่าใช้จ่าย โดยวิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยเป็นครั้งแรกตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2554

16. รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการ

รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการเป็นรายได้ที่สำนักงานฯ จัดเก็บจากผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยที่มีความประสงค์ เข้าร่วมงาน Trade Show และ Road Show กับสำนักงานฯ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับผู้เข้าร่วมงาน

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

17. Personnel expenses

Personnel expenses as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Salaries	83,779,671	79,767,756
Annual rewards	6,326,390	5,411,079
Provident fund contribution expenses	3,895,344	3,675,910
Staff welfare	10,449,856	9,727,290
Post employment benefit	1,724,948	6,508,347
Consultant fee	-	1,104,000
Total deposit	106,176,209	106,194,382

18. Administrative expenses

Administrative expenses as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Training expenses	10,918,787	7,563,017
Travelling expenses	80,906,593	55,541,016
Rental expenses	17,670,382	14,658,029
Utility expenses	2,229,941	2,715,193
Meeting expenses	3,041,500	2,794,960
Remuneration to external parties	22,021,761	26,112,645
Other service fees	11,725,247	5,375,233
Other expenses	7,663,756	9,665,564
Total administrative expenses	156,177,967	124,425,657

17. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร

ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรประจำปี พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
เงินเดือน	83,779,671	79,767,756
เงินรางวัลประจำปี	6,326,390	5,411,079
เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	3,895,344	3,675,910
ค่าสวัสดิการพนักงาน	10,449,856	9,727,290
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	1,724,948	6,508,347
ค่าตอบแทนที่ปรึกษา	-	1,104,000
รวมค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	106,176,209	106,194,382

18. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประจำปี พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม	10,918,787	7,563,017
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	80,906,593	55,541,016
ค่าเช่า	17,670,382	14,658,029
ค่าสาธารณูปโภค	2,229,941	2,715,193
ค่าเบี้ยประชุม	3,041,500	2,794,960
ค่าตอบแทนบุคคลภายนอก	22,021,761	26,112,645
ค่าจ้างเหมาบริการอื่น	11,725,247	5,375,233
ค่าใช้จ่ายอื่น	7,663,756	9,665,564
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	156,177,967	124,425,657

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

19. Marketing and promotion expenses

Marketing and promotion expenses as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Marketing supplies	6,674,038	3,191,486
Public relation expenses	53,335,689	63,701,961
Advertising expenses	115,780,831	110,301,613
Booth expenses	27,729,856	21,766,885
Area and equipment rental	22,921,852	12,937,272
Marketing and research expenses	23,286,885	23,038,812
Promotion expenses	77,826,442	107,961,560
Total deposit	327,555,593	342,899,589

20. Grants

Grants as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Grants - Non-profit private organization	25,103,051	263,172,759
Grants - Overseas private organization	30,949,851	18,116,951
Grants - Thai private organization	55,570,987	62,256,851
Grants - Government bureau	1,951,515	51,457,916
Total grants	113,575,404	395,004,477

19. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด

ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาดประจำปี พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
ค่าวัสดุทางการตลาด	6,674,038	3,191,486
ค่าประชาสัมพันธ์	53,335,689	63,701,961
ค่าสื่อโฆษณาและเผยแพร่	115,780,831	110,301,613
ค่าบูธ	27,729,856	21,766,885
ค่าเช่าพื้นที่และอุปกรณ์	22,921,852	12,937,272
ค่าวิจัยตลาด	23,286,885	23,038,812
ค่าส่งเสริมการขาย	77,826,442	107,961,560
รวมค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	327,555,593	342,899,589

20. ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน

ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนประจำปี พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร	25,103,051	263,172,759
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนต่างประเทศ	30,949,851	18,116,951
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนไทย	55,570,987	62,256,851
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนหน่วยงานราชการ	1,951,515	51,457,916
รวมค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	113,575,404	395,004,477

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
 For the year ended 30 September 2013

21. Non-operating expenses

Non-operating expenses as at 30 September 2013 and 2012 are as follows:

	2013 Baht	2012 Baht
Losses (gains) on foreign exchange translation	(417,500)	285,796
Losses from disposal of intangible assets / fixed assets	6,134,932	93,009
Losses from impairment of fixed assets	541,756	-
Total non-operating expenses	6,259,188	378,805

22. Obligations

A: As at 30 September 2013, TCEB entered into a lease and service agreement for office at 26th Floor, Siam Tower for a period from 1 April 2013 to 31 March 2016. The contract is renewable. Lease's commitment is Baht 17.56 million (30 September 2012: Baht 3.15 million).

B: As at 30 September 2013, TCEB entered into a lease and service agreement for office at 12thB Floor, Unit A2, B1 and B2, Siam Tower for a period from 1 April 2013 to 31 March 2016. The contract is renewable. Lease's commitment is Baht 21.79 million (30 September 2012: Baht 3.96 million).

C: As at 30 September 2013, TCEB entered into operating contracts of the 2013's budget totalling 24 contracts. Total contract costs are Baht 85.68 million (30 September 2012: 17 contracts, Baht 72.29 million).

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

21. ค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงานประจำปี พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2555 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2556 (บาท)	พ.ศ. 2555 (บาท)
ขาดทุน (กำไร) จากการแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ	(417,500)	285,796
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน / ครุภัณฑ์	6,134,932	93,009
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์	541,756	-
รวมค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน	6,259,188	378,805

22. ภาระผูกพัน

1. ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 สำนักงานฯ ทำสัญญาเช่าอาคารและบริการเพื่อใช้เป็นสำนักงาน ณ อาคารสยามทาวเวอร์ ชั้น 26 ซึ่งมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2556 ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 และสามารถต่ออายุเมื่อสิ้นสุดอายุการเช่าตามเงื่อนไขที่กำหนด สำนักงานฯ มีภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายค่าเช่าจำนวน 17.56 ล้านบาท (ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2555 : 3.15 ล้านบาท)

2. ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 สำนักงานฯ ทำสัญญาเช่าอาคารและบริการเพื่อใช้เป็นสำนักงาน ณ อาคารสยามทาวเวอร์ ชั้น 12B ยูนิต A2, B1 และ B2 ซึ่งมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2556 ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 และสามารถต่ออายุเมื่อสิ้นสุดอายุการเช่าตามเงื่อนไขที่กำหนด สำนักงานฯ มีภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายค่าเช่าจำนวน 21.79 ล้านบาท (ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2555 : 3.96 ล้านบาท)

3. ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 สำนักงานฯ ทำสัญญาจ้างดำเนินงานในปีงบประมาณของ พ.ศ. 2556 รวมจำนวน 24 สัญญา ซึ่งมีภาระผูกพันที่จะต้องจ่าย ดำเนินงานจำนวน 85.68 ล้านบาท (ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2555 : 17 สัญญา จำนวน 72.29 ล้านบาท)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

23. Lawsuits

As at 30 September 2013, there were four lawsuits filed against TCEB for compensations of contractual damages totalling Baht 53.12 million. These lawsuits relate to suspensions of payment by TCEB to counterparties in the fiscal year 2007 due to unusual transactions. TCEB submitted related supporting documents to the Office of the National Anti-Corruption Commission since 4 December 2007. The details of those lawsuits are as follows:

- 1) On 30 April 2008, a private company sued TCEB at the Central Administrative Court, a lawsuit black case number 1524/2551, for damages amounting to Baht 22.27 million. The lawsuit is currently under the consideration of the Central Administrative Court.
- 2) On 25 September 2008, a private company sued TCEB at the Central Administrative Court, a lawsuit black case number 1525/2551, for damages amounting to Baht 2.38 million. Currently, the lawsuit is under the consideration of the Central Administrative Court. On 18 August 2011, the Central Administrative Court dismissed the case and the plaintiff subsequently appealed the judgement. The lawsuit is currently under the consideration of the Supreme Administrative Court.
- 3) On 23 February 2010, a private company sued TCEB at the Central Administrative Court, a lawsuit black case number 318/2553, for damages amounting to Baht 23.32 million. On 30 August 2013, the Central Administrative Court ruled TCEB to pay damages of Baht 15.16 million with interest 7.5% per annum of principal of Baht 14.26 million from filing date to payment date. TCEB appealed the judgement on 27 September 2013. The lawsuit is currently under the consideration of the

23. คดีฟ้องร้องทางกฎหมาย

ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 สำนักงานฯ มีคดีความที่ถูกฟ้องร้อง 4 คดี มูลค่ารวมทั้งหมด 53.12 ล้านบาท คดีดังกล่าวเกี่ยวกับการให้ค่าใช้จ่ายเสียหายตามสัญญาซึ่งเกี่ยวข้องกับกรณีที่สำนักงานฯ ระบุการจ่ายเงินให้คู่สัญญาในปีงบประมาณ 2550 เนื่องจากมีการตรวจสอบสัญญาและพบความผิดปกติ สำนักงานฯ ได้ส่งเอกสารหลักฐานให้สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2550 รายละเอียดของคดีดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

- 1) เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2551 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลางเป็นคดีหมายเลขดำที่ 1524/2551 เรียกให้ชดเชยเงิน เนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของทุนทรัพย์จำนวน 22.27 ล้านบาท ปัจจุบัน คดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองกลาง
- 2) เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2551 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลางเป็นคดีหมายเลขดำที่ 1525/2551 เรียกให้ชดเชยเงิน เนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของทุนทรัพย์จำนวน 2.38 ล้านบาท ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2554 ให้ยกฟ้อง แต่ผู้ฟ้องคดีได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษา ปัจจุบันคดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองสูงสุด
- 3) เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลางเป็นคดีหมายเลขดำที่ 318/2553 เรียกให้ชดเชยเงิน เนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของทุนทรัพย์จำนวน 23.32 ล้านบาท ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2556 ให้สำนักงานฯ ชำระเงินจำนวน 15.16 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ของต้นเงินจำนวน 14.26 ล้านบาท นับถัดจากวันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระ

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS
For the year ended 30 September 2013

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556

Supreme Administrative Court. TCEB has recorded liabilities related to this case as account payables in the financial statements totalling Baht 8.52 million.

4: On 30 November 2011, a private company sued TCEB at the Central Administrative Court, a lawsuit black case number 2014/2554, for damages amounting to Baht 5.16 million. The lawsuit is currently under the consideration of the Central Administrative Court.

The ultimate outcome cannot be determined at this stage and management believed that those claims will not give rise to any significant losses. Therefore, TCEB has not recorded further provision for liabilities in the financial statements.

24 Reclassification

The financial statements as at 30 September 2012 have been reclassified to conform with changes in presentation of the financial statement as at 30 September 2013.

Transaction	Amount (Baht)	Reclassification	
		Previously reported	Reclassification
Advance receivables for organising exhibitions	8,522,051	Prepaid expenses	Advance receivables

เสร็จ สำนักงานฯ ได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาเมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2556 ปัจจุบันคดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองสูงสุด ทั้งนี้ สำนักงานฯ ได้บันทึกค่างวดงานที่ยังไม่ได้จ่ายตามสัญญาไว้เป็นเจ้าหนี้ในงบการเงินแล้ว จำนวน 8.52 ล้านบาท

4) เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 2014/2554 เรียกให้ชดใช้เงิน เนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของ ทุนทรัพย์จำนวน 5.16 ล้านบาท ปัจจุบันคดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองกลาง

ผลสุดท้ายของคดีความดังกล่าวข้างต้นยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ในขณะนี้ และฝ่ายบริหารเชื่อว่า จะไม่ทำให้เกิดผลเสียหายอย่างเป็นสาระสำคัญ ดังนั้นจึงไม่ได้บันทึกประมาณการหนี้สินเพิ่มเติมไว้ในงบการเงิน

24 การจัดประเภทรายการใหม่

งบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2555 ได้มีการจัดประเภท รายการใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการแสดงรายการในงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 ดังนี้

รายการ	จำนวน (บาท)	การจัดประเภท	
		รายการเดิม	รายการใหม่
ลูกหนี้เงินสำรองจ่ายเพื่อ จัดนิทรรศการ	8,522,051	ค่าใช้จ่ายย่ำแย่ล่วงหน้า	ลูกหนี้เงิน ทดรองจ่าย



สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ
(อค์การมหาชน)