

TCEB ANNUAL REPORT | 2014

รายงานประจำปี 2557
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)







Contents

สารบัญ

Message from the Chairman	004	Overseas Representatives	029
สารจากประธานกรรมการ		ผู้แทนประจำภูมิภาคต่างประเทศ	
Message from the President	008	MICE Industry Overview 2014	030
สารจากผู้อำนวยการ		ภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ ปี พ.ศ. 2557	
History of TCEB	012	TCEB Performance 2014	041
ประวัติ สสปน.		ผลการดำเนินงานของ สสปน. ปี พ.ศ. 2557	
Vision and Mission	013	MICE Industry Contribution to Global Economy	088
วิสัยทัศน์และพันธกิจ		เปิดศักราชอุตสาหกรรมไมซ์: เส้นทางพิชิตเศรษฐกิจโลก	
TCEB Organisation Chart	014	MICE Industry Strategic Plan 2015	094
โครงสร้างองค์กร สสปน.		แผนกลยุทธ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ปี พ.ศ. 2558	
Board of Directors	017	Fiscal Statement 2014	099
คณะกรรมการ		งบการเงิน ปี พ.ศ. 2557	
Management Team	022		
คณะผู้บริหาร			

Message from the Chairman

สารจากประธานกรรมการ



Mrs. Nantawan Sakuntanak

*Board of Directors Acting Chairman of the
Board of Directors*

Thailand Convention & Exhibition Bureau
(Public Organization)

นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค

กรรมการ ปฏิบัติหน้าที่ประธานกรรมการ

*สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)*

The global economy recovered in 2014 due to a recovery in the US – driven by public consumption and demand – while Europe continued to show signs of slowdown. In Asia, the major economy of China moved forward with its economic realignment to increase the role of domestic demand and supply in the global supply chain, as an economic growth driver. Coping with the earthquake and tsunami disasters in March 2014, Japan was not able to pull itself out of a slow turn. These were some of the key factors impacting the world economy at a macro level.

In Thailand, the economy grew by 0.7 per cent over 2013, because of the political situation that impacted the Thai economy during the first half of the year. However, the situation improved in the second half thanks to increased confidence in the country.

As a major contributor to Thailand's economy, the MICE industry was able to maintain the annual number of MICE travellers in 2014, welcoming a total of 919,164 international MICE visitors, generating MICE revenue of 80,800 million baht. The highest numbers of MICE travellers were from Asia, followed by Europe, the Americas, and Oceania. The top sectors were conventions, incentive travel, corporate meetings, and exhibitions.

Achievements in 2014 were supported by Thailand's MICE Industry Development Master Plan (2012-2016) that outlines the integrated strategies, directions, and guidelines to steer this sector to vital success. In addition, collaboration between TCEB, the public and private sectors also played a crucial role in helping Thailand to achieve its 2014 target, while positioning Thailand as a premiere MICE destination in Asia, increasing revenue, and leveraging Thai MICE capabilities in the world marketplace.

เศรษฐกิจโลกในปี 2557 มีการฟื้นตัวดีขึ้น อันเป็นผลจากเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาที่สามารถฟื้นตัวได้ดีจากอุปสงค์ภาคเอกชน ในขณะที่เศรษฐกิจสหภาพยุโรปยังคงชะลอตัว ด้านภูมิภาคเอเชียนั้นประเทศมหาอำนาจอย่างจีนก็มีการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพิ่มบทบาทของอุปสงค์และอุปทานภายในประเทศ และดึงภูมิภาคเอกชนมาเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ขณะที่เศรษฐกิจญี่ปุ่นยังไม่สามารถเดินทางขยายตัวอย่างที่ต้องการได้ หลังเหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิครั้งรุนแรงในเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ทั้งหมดนี้ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโลกในระดับมหภาค

ด้านภาพรวมเศรษฐกิจไทย ในปี 2557 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สืบเนื่องจากปัจจัยด้านสถานการณ์การเมืองที่ส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในครึ่งแรกของปี หากแต่ในครึ่งปีหลังสถานการณ์เศรษฐกิจมีการฟื้นตัวที่ดีขึ้นตามลำดับเพราะความเชื่อมั่นในประเทศไทยกลับมาอีกครั้ง

สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ นับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่สร้างรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ในปี 2557 ประเทศไทยสามารถรักษาจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยมีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศจำนวน 919,164 คน คิดเป็นรายได้ 80,800 ล้านบาท ทั้งนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สูงสุดจากภูมิภาคเอเชีย ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย โดยกลุ่มการประชุมนานาชาติมีส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มากที่สุด ตามด้วยการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมองค์กร และการแสดงสินค้านานาชาติ

ความสำเร็จของการดำเนินงานในปี 2557 นั้น สืบเนื่องจากการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) ที่มีการบูรณาการยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติที่มีความชัดเจน และการทำงานร่วมกันระหว่าง สสพ. และหน่วยงานภาคีทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนนับเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งที่ทำให้ผลการดำเนินงานในปี 2557 เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ การผลักดันประเทศไทยให้เป็นจุดหมายหลักในการจัดงานไมซ์ เพิ่มรายได้เข้าประเทศ และสร้างศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก

Key highlights of success are also evident in the list of major MICE activities in 2014, which included corporate meetings and incentive travel – Jeunesse Expo Thailand: Annual World Conference 2013, Herbalife Asia-Pacific Active World Team University 2013, Holcim Serasi, Herbalife Future President's Team Retreat, and World Venture; conventions including the 9th Asian Interventional Cardiovascular Therapeutics, 5th International Conference on Fixed Combination in the Treatment of Hypertension, Dyslipidemia and Diabetes Mellitus, The 45th International Symposium on Macromolecules (MACRO 2014) and the International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014; as well as exhibitions including Metalex, ProPak Asia, Manufacturing Expo, Intermach, and Renewable Energy Asia.

I would like to extend my gratitude to the government for its policies that provide a supportive environment in which the MICE industry can thrive, from infrastructure development to economic stimulus measure through the MICE sector, as well as the strong support we receive from public and private sector organisations, MICE entrepreneurs, education institutes, and members of the press to synergise and showcase how the Thai MICE sector has the calibre, capabilities, and competitiveness of a true premiere MICE destination. We are ready to welcome MICE activities from around the globe through Thailand CONNECT The World. I look forward to you joining me in driving the Thai MICE sector to even greater heights, with global connections.

ความสำเร็จของการดำเนินงานในปี 2557 พิสูจน์ได้จากการที่ประเทศไทยได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพในการจัดกิจกรรมไมซ์ที่สำคัญมากมาย อาทิ กลุ่มการประชุมองค์กร และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ งาน Jeunesse Expo Thailand – Annual World Conference 2013, งาน Herbalife Asia-Pacific Active World Team University 2013, งาน Holcim Serasi, งาน Herbalife Future President's Team Retreat, งาน World Venture เป็นต้น กลุ่มการประชุมนานาชาติ ได้แก่ งาน 9th Asian Interventional Cardiovascular Therapeutics, งาน 5th International Conference on Fixed Combination in the Treatment of Hypertension, Dyslipidemia and Diabetes Mellitus, งาน The 45th International Symposium on Macromolecules (MACRO 2014) และ งาน International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014 ส่วนกลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติ ได้แก่ งาน Metalex, งาน ProPak Asia, งาน Manufacturing Expo, งาน Intermach และงาน Renewable Energy Asia เป็นต้น

ดิฉันต้องขอขอบคุณนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์จากรัฐบาล ทั้งด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการคมนาคมขนส่ง รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ กอปรกับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา และสื่อมวลชนในทุกแขนงที่ให้ความร่วมมือ ร่วมพลังในการสร้างศักยภาพของไมซ์ไทยให้ปรากฏต่อสายตานานาชาติ โดยเฉพาะการสร้างประเทศไทยในฐานะจุดหมายที่สามารถให้บริการไมซ์ได้อย่างประทับใจผ่านแคมเปญ Thailand CONNECT the World มาสร้างไมซ์ไทย ให้ก้าวไกลสู่ไมซ์โลกร่วมกัน



Message from the President

สารจากผู้อำนวยการ



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President

Thailand Convention & Exhibition Bureau
(Public Organization)

นายบพรัตน์ เมธวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

During the 2014 Fiscal Year, TCEB's vision was to elevate Thailand's MICE industry and stimulate growth by deepening our engagement with high quality markets, and positioning Thailand as a premiere MICE destination in Asia. By focusing on Thailand's five-year MICE Industry Master Plan (2012-2016), TCEB delivered on our goals to maintain existing markets, and open up new markets, while promoting Thai MICE as 'Top of Mind' in Asia. While doing so, the bureau also continued to strive to differentiate Thailand and add value through an approach that emphasised the country's creative economy. In addition to building strong networks and alliances both domestically and internationally, TCEB strove to enhance the bureau's own organisational role and capacity.

Strategically, TCEB developed a brand communications campaign, Thailand CONNECT, encompassing the three fundamental pillars of the Thai MICE sector, including Destination, Business, and People, which together form the driving force of the Thai MICE sector in attracting MICE travellers from around the globe.

ในปีงบประมาณ 2557 สสพ. ยังคงเดินหน้าสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่อุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้าตามนโยบายสนองยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เพื่อเจาะกลุ่มคุณภาพยกระดับสู่ตลาดไมซ์คุณภาพสูง และสร้างแบรนด์ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นจุดหมายปลายทางระดับคุณภาพแห่งเอเชีย โดยเน้น 5 ยุทธศาสตร์หลักตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ ปี 2555-2559 คือ การรักษาตลาดเดิม ขยายตลาดใหม่ การผลักดันประเทศไทยให้เป็น Top of Mind ของภูมิภาคเอเชีย การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ และการยกระดับศักยภาพและบทบาท สสพ.

พร้อมกันนี้ สสพ. ยังได้พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ประเทศไทย โดยได้เปิดตัวแคมเปญสื่อสารภายใต้แบรนด์ Thailand CONNECT ซึ่งชู 3 เสาหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ได้แก่ การเป็นจุดหมายปลายทางที่หลากหลาย (Destination) ศูนย์กลางการค้าเงินธุรกิจ (Business) รวมถึงบุคลากรและบริการที่ได้มาตรฐาน (People) ที่ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเข้มแข็ง และเป็นจุดขายของประเทศไทยสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก รวมทั้งการพัฒนาแพ็คเกจส่งเสริมตลาดเพื่อกระตุ้นจำนวนยอดนักเดินทางกลุ่มไมซ์อีกด้วย

Armed with a sustainable vision and the introduction of Thailand CONNECT, as well as a wide range of effective market development activities, TCEB successfully drove the Thai MICE sector through the political and economic transition to meet its annual target and contribute strongly to the Thai economy. In the 2014 fiscal year, Thailand was able to attract 919,164 international MICE travellers, generating MICE revenue of 80,800 million baht. The top five source markets included China, India, Malaysia, Singapore, and the US.

Domestically, TCEB propelled the sustainable development of the domestic MICE industry – or D-MICE – by expanding markets with a focus on specific target groups. In the 2014 fiscal year, the number of D-MICE travellers reached 14,508,175 generating revenue of 31,494 million baht.

Due to external change, 2014 was a challenging year for TCEB, as the official government body promoting the MICE industry. The achievements we delivered was the result of support from the government, policies and guidance from the Board of TCEB, as well as strong partnerships with public and private sector organisations. However, we wouldn't be successful today without the dedication and commitment of all of members of TCEB team to drive the vibrancy of the Thai MICE sector.

I strongly believe that with the continued supports of all stakeholders, Thailand will continue to build on its leadership position as a premiere MICE destination in Asia, ready to welcome the ASEAN Economic Community in 2015.

การดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายใต้การสื่อสารแบรนด์ Thailand CONNECT รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพของ สสพ. ล้วนมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สามารถเติบโตได้ตามเป้าหมาย แม้ว่าในปีที่ผ่านมาประเทศไทยต้องประสบกับสภาวะการณ์ความเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หากแต่อุตสาหกรรมไมซ์ยังคงเป็นจุดแข็งในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ โดยในปี 2557 ประเทศไทยมีโอกาสด้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ จำนวน 919,164 คน คิดเป็นรายได้ 80,800 ล้านบาท โดยประเทศที่มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา

สำหรับการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ หรือ ดีเอ็มซีในปี 2557 สสพ. ดำเนินการขับเคลื่อนการเติบโตโดยวางรากฐานความแข็งแกร่งให้อุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน ขยายตลาดการจัดงานดีเอ็มซีเจาะกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศจำนวนทั้งสิ้น 14,508,175 คน คิดเป็นรายได้ 31,494 ล้านบาท

ในปี 2557 นับเป็นอีกปีหนึ่งที่มีความท้าทายสำหรับ สสพ. ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลง ทว่า ผลแห่งความสำเร็จที่ได้รับมานั้น เป็นผลจากการสนับสนุนของรัฐบาล การให้นโยบายและกำหนดทิศทางของคณะกรรมการ สสพ. ความร่วมมือของหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนความทุ่มเทในการทำงานของบุคลากรของ สสพ. ทุกท่าน

ผมขอขอบคุณอย่างยิ่งมา ณ ที่นี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าประเทศไทยจะมีตำแหน่งทางการตลาด ในการเป็นศูนย์กลางของประเทศที่มีความพร้อมในการจัดกิจกรรมไมซ์ได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยเฉพาะเมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในช่วงปลายปี 2558



Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

History

The Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB is a government agency under the supervision of the Office of the Prime Minister, established by Royal Decree as published in the Royal Thai Government Gazette on September 28, 2002. TCEB's mission is to promote, develop, and facilitate the organisation of meetings, incentive travel, conventions, and exhibitions, a sector widely known as the MICE industry. The bureau also focuses on developing the capabilities of the industry, and raising the proficiency of the professionals, aimed at generating MICE revenue and contributing to the broader Thai economy, while enhancing the competitiveness of the Thai MICE sector on the world stage.

Over the past decade, TCEB has remained committed to its vision to drive Thailand as a premiere destination for MICE events in Asia through its corporate strategic directions; To Win; To Promote; and To Develop. Armed with the MICE Industry Development Master Plan (2012-2016), the bureau also follows eight key strategies to drive the Thai MICE sector.

ความเป็นมา

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักนายกรัฐมนตรี ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2545 และได้เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 โดยตลอดระยะเวลาในการดำเนินงานนั้น สสปน.ได้ดำเนินพันธกิจหลัก คือ การส่งเสริมการพัฒนา กำกับ ดูแล ประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ การจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้านานาชาติ หรือที่เรียกว่า “อุตสาหกรรมไมซ์” รวมทั้งให้บริการด้านความรู้ และฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาและส่งเสริมระบบเศรษฐกิจและรายได้ของประเทศผ่านธุรกิจไมซ์ ตลอดจนการสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก

ในทศวรรษที่ผ่านมา สสปน. มุ่งมั่นสู่การผลักดันวิสัยทัศน์ในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักของธุรกิจไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก คือ กลยุทธ์การดึงดูดงาน (WIN) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (PROMOTE) และกลยุทธ์การพัฒนา (DEVELOP) ภายใต้ 8 ยุทธศาสตร์หลักสำคัญของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2555-2559 อันประกอบไปด้วย

WIN:

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

PROMOTE:

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

DEVELOP:

Strategy 3: Enhance the growth of the domestic MICE market

Strategy 4: Develop MICE Cities to establish Thailand as a MICE leader in the region

Strategy 5: Differentiate the Thailand MICE market and add value through the creative economy

Strategy 6: Develop MICE infrastructure to sustain international competitiveness

Strategy 7: Strengthen cooperation networks in both local and international markets

Strategy 8: Enhance the role and potential of TCEB.

กลยุทธ์การดำเนินงาน (WIN)

ยุทธศาสตร์ที่ 1: รักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมาย

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (PROMOTE)

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย

กลยุทธ์การพัฒนา (DEVELOP)

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การสนับสนุนอุตสาหกรรม D-MICE ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 4: การพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 5: การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 6: การพัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 7: การเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 8: การยกระดับศักยภาพและบทบาทของ สสพ.

Vision

- To establish Thailand as a globally recognised and preferred MICE destination in Asia

วิสัยทัศน์

- ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้าระดับโลก ในภูมิภาคเอเชีย

Mission

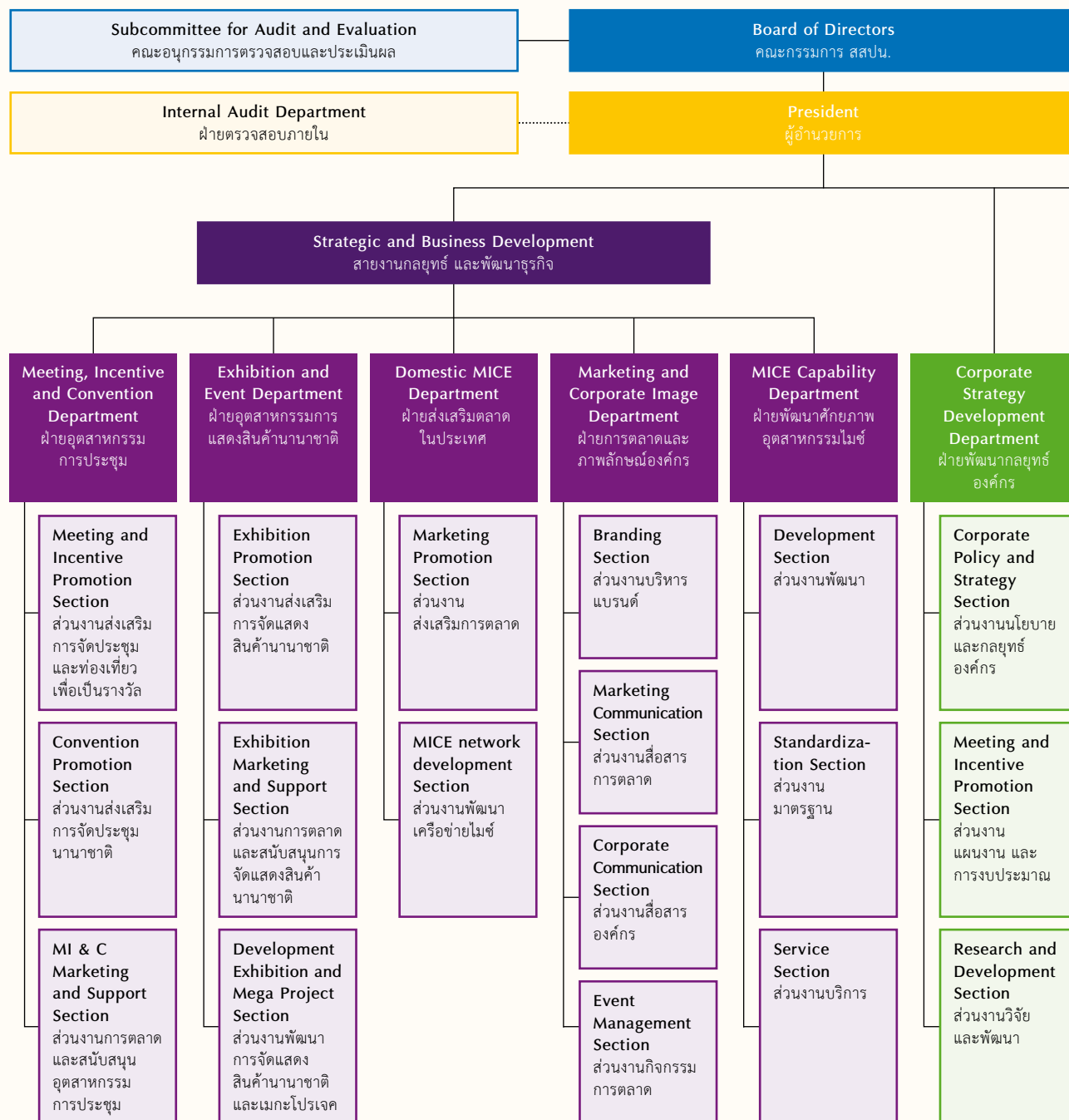
- To increase MICE revenue, while enhancing the economic impact from the Thailand's MICE industry.
- To increase the long-term competitiveness and capabilities of Thailand's MICE industry on the world stage.

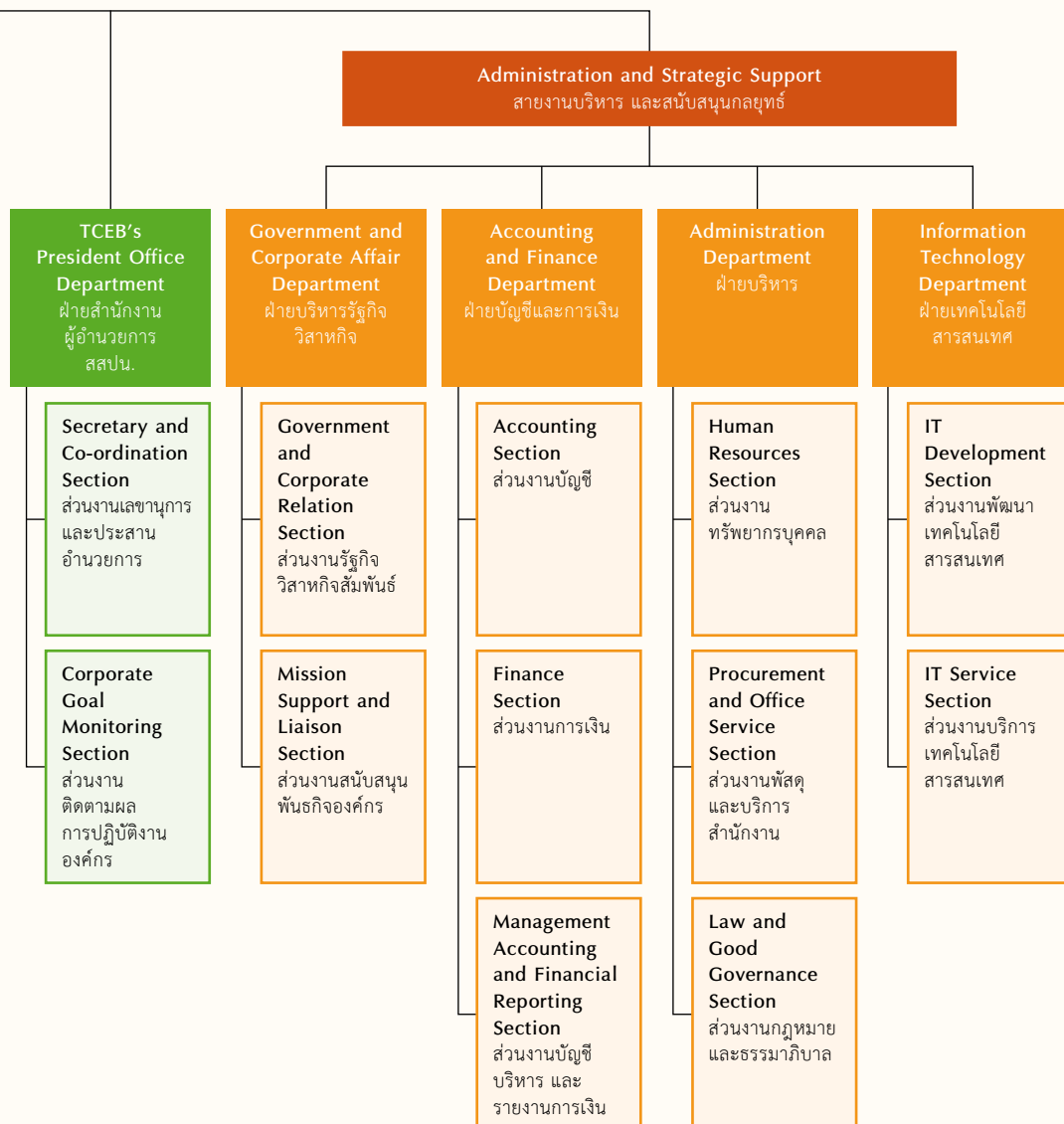
พันธกิจ

- เพื่อเพิ่มรายได้เข้าประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์
- เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก

TCEB Organisation Chart

โครงสร้างองค์กร สปบ.





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



Board of Directors

คณะกรรมการ



Mrs. Nantawan Sakuntanak

Board of Directors Acting
Chairman of the Board of
Directors

นางนันทวัลย์ สกุนตนา

กรรมการ ปฏิบัติหน้าที่ประธาน
กรรมการ

Education

Master Degree

- MBA in Marketing and International Business, University of Wisconsin at Madison, Wisconsin, USA

Bachelor Degree

- B.Ac., in Finance and Banking, Chulalongkorn University

การศึกษา

ปริญญาโท

- สาขาการตลาดและธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยวิสคอนซิน-แมดิสัน สหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- บัณฑิต (การเงินและการธนาคาร) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Work Experience

Current Position

- Director-General, Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce

2012

- Deputy Permanent Secretary, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Commerce
- Director-General, Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce

2010

- Director-General, Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce

2009

- Director-General, Department of Trade Negotiations, Ministry of Commerce

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

2555

- รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
- อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

2553

- อธิบดีกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

2552

- อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์



Mr. Sek Wannamethee
Board of Directors

Education

Master Degree

- Master of Philosophy (Economic History), London School of Economic and Political Science, University of London, UK

Bachelor Degree

- Bachelor of Science and (Economics), London School of Economic and Political Science, University of London, UK

Work Experience

Current Position

- Director-General, Department of Information and Spokesperson of the Ministry of Foreign Affairs 2012
- Director-General, Department of American and South Pacific Affairs
- Deputy Director-General, Department of Information 2011
- Ambassador and DPR, Permanent Mission of Thailand to the United Nations Office, Geneva
- Chief Negotiator of the Group of 77 and China (G-77) for the 13th Session of the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD 13)

นายเสก วรณเมธี
กรรมการ

การศึกษา

ปริญญาโท

- Master of Philosophy (Economic History), London School of Economic and Political Science, University of London สหราชอาณาจักร

ปริญญาตรี

- Bachelor of Science (Economics) London School of Economics and Political Science, University of London

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- อธิบดีกรมสารนิเทศและโฆษกกระทรวงการต่างประเทศ 2555
- อธิบดีกรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ 2554
- อัครราชทูต (นักบริหารการทูตระดับต้น) รองผู้แทนคณะผู้แทนถาวรไทยประจำสหประชาชาติ ณ นครเจนีวา
- Chief Negotiator ของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (132 ประเทศ) ในเวทีการประชุม UNCTAD ของสหประชาชาติ



Mr. Somchai Sujjapongse
Board of Directors

Education

Doctorate Degree

- Doctor of Philosophy in Economics, The Ohio State University, USA

Master Degree

- Master of Arts in Economics, The Ohio State University, USA

Bachelor Degree

- Bachelor of Arts in Economics (Hons.), Chulalongkorn University

Work Experience

Current Position

- Director-General, Department of The Customs Department, Ministry of Finance 2011
- Director, The Fiscal Policy Office, Ministry of Finance 2010
- Director, The State Enterprise Policy Office, Ministry of Finance 2009
- Director-General, The Customs Department, Ministry of Finance 2008
- Director, The Fiscal Policy Office, Ministry of Finance

นายสมชัย สัจจพงษ์
กรรมการ

การศึกษา

ปริญญาเอก

- ปริญญาเอกเศรษฐศาสตร์ Ohio State University สหรัฐอเมริกา

ปริญญาโท

- ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ Ohio State University สหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- ปริญญาตรีเศรษฐศาสตร์ (เกียรตินิยม) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- อธิบดีกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง 2554
- ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง 2553
- ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ กระทรวงการคลัง 2552
- อธิบดีกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง 2551
- ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง



Mr. Thawatchai Arunyik
Board of Directors

Education

Bachelor Degree

- Bachelor of Science from University of the East, Manila, Philippines

Work Experience

Current Position

- Governor of the Tourism Authority of Thailand

2010

- Deputy Governor for Domestic Marketing

2007

- Executive Director of Europe Africa and Middle East

2006

- Executive Director of Central Region

นายธวัชชัย อรัญญิก
กรรมการ

การศึกษา

ปริญญาตรี

- Bachelor of Science from University of the East, Manila, Philippines

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2553

- รองผู้ว่าการด้านตลาดในประเทศ

2550

- ผู้อำนวยการภูมิภาคยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง

2549

- ผู้อำนวยการภูมิภาคภาคกลาง



Mr. Sumate Sudasna
Board of Directors

Work Experience

Current Position

- Managing Director, Destination Service Co., Ltd.
- President, Thailand Incentive and Convention Association (TICA)

2005

- Secretarial, Thailand Incentive and Convention Association (TICA)

2003

- Vice President, Thailand Incentive and Convention Association (TICA)

2001

- Principal Contact, SITE (Society of Incentive & Travel Executives) in Thailand

นายสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา
กรรมการ

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- กรรมการผู้จัดการ บริษัท เดสติเนชั่น เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด
- นายกสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)

2548

- เลขาธิการสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)

2546

- อุปนายกสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)

2544

- ประธานสมาคมไซท์ ภาคพื้นประเทศไทย



Mr. Patrapee Chinachoti
Board of Directors

Education

Master Degree

- Master of Business Administration, Southeastern Oklahoma State University, USA

Bachelor Degree

- Bachelor of Arts in Accounting, Chiang Mai University

Work Experience

Current Position

- President, Thai Exhibition Association (TEA)
- President, Bangkok Exhibition Services Ltd.

นายพชรพงษ์ ชินะโชติ
กรรมการ

การศึกษา

ปริญญาโท

- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Southeastern Oklahoma State University ประเทศสหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- ศิลปศาสตรบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- นายกสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย)
- ประธานกรรมการบริหาร บริษัท บางกอกเอ็กซ์ฮิบิชั่นเซอร์วิส จำกัด



Mr. Surapong Techaruvichit
Board of Directors

Education

Master Degree

- MBA, National Institute of Development Administration

Bachelor Degree

- The Faculty of Economics, Chulalongkorn University

Work Experience

Current Position

- Assistant Managing Director, Asia Hotel Bangkok PLC.
- Assistant Managing Director, Asia Pattaya Hotel Co., Ltd.
- Assistant Managing Director, Asia Airport Hotel Co., Ltd.
- Assistant Managing Director, Zeer Property Co., Ltd.
- Vice President, Pamatoy Co., Ltd.
- President, Thai Hotels Association
- Vice President, Thailand Hotel Standard Foundation

นายสุรพงษ์ เตชะหรววิชิต
กรรมการ

การศึกษา

ปริญญาโท

- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ปริญญาตรี

- เศรษฐศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เอเชียโฮเทล จำกัด (มหาชน)
- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เอเชียพัทยาโฮเทล จำกัด
- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เอเชียแอร์พอร์โฮเทล จำกัด
- กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท เซียร์พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
- รองประธานกรรมการ บริษัท ปามาทอย จำกัด
- อุปนายกสมาคมโรงแรมไทย
- รองประธาน มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว



Mr. Thongchai Sridama
Board of Directors

Education

Master Degree

- Master of Public Administration, National Institute of Development Administration

Bachelor Degree

- Bachelor of Engineering Program in Civil Engineering, Khon Kaen University

Work Experience

Current Position

- Board of Director, Marketing Organisation for Farmers

2008

- Board of Director, Tourism Authority of Thailand (TAT)

2005

- Deputy Director-General, Department of Highways, Ministry of Transport

2003

- Director, Bureau of Highways 10, Department of Highways, Ministry of Transport

นายธงชัย ศรีดามา
กรรมการ

การศึกษา

ปริญญาโท

- รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (นิเทศ)

ปริญญาตรี

- วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธาปี 2515 มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.)

2551

- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2548

- รองอธิบดี กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม

2546

- ผู้อำนวยการสำนักทางหลวงที่ 10 กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม



Asst. Prof. Sopapan Amatadecha
Board of Directors

Education

Master Degree

- Master of Education, Srinakharinwirot University

Bachelor Degree

- Bachelor of Education, Pathumwan College of Education

Diploma

- Certificate of Higher Education, Suan Dusit Rajabhat University

Work Experience

Current Position

- Director, Suan Dusit Rajabhat University (Suphanburi Campus)

Past Positions

- 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

ผศ. โสภพรรณ อมตะเดชะ
กรรมการ

การศึกษา

ปริญญาโท

- การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ปริญญาตรี

- การศึกษาศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยวิชาการศึกษาปทุมวัน

ประกาศนียบัตร

- ประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาขั้นสูง (ป.กศ.สูง) วิทยาลัยครูสวนดุสิต

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตศูนย์สุพรรณบุรี

อดีต

- อาจารย์ประจำวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- อาจารย์ประจำวิชาคหกรรมศาสตร์ทั่วไป คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ที่ปรึกษาโรงแรมสวนดุสิตเพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

Management Team

คณะผู้บริหาร



Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President

Education

Doctorate Degree

- Diplôme Doctorat, Opto-Electronics, Université de l'Aix-Marseille, France

Master Degree

- Diplôme d'Etude Approfondise, Opto-Microwave, Institute National Polytechnique de Grenoble, France
- Master of International Management, Asian Institute of Technology

Bachelor Degree

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

Work Experience

Current Position

- President, TCEB

1983-2012

- Executive Vice-president, TOT Plc.
- Committee of Information Technology and Communication, House of Representatives
- Acting Managing Director, ACT Mobile Co., Ltd.
- Committee, ACT Mobile Co., Ltd.
- Committee, Advance Data Network Communication Co., Ltd.
- Acting Manager, THAI mobile

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ

การศึกษา

ปริญญาเอก

- สาขาวิชาออปโตอิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัย Aix-Marseille ประเทศฝรั่งเศส

ปริญญาโท

- สาขาวิชาออปโตไมโครเวฟ สถาบัน Institute National Polytechnique de Grenoble ประเทศฝรั่งเศส
- สาขาการจัดการระหว่างประเทศ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย

ปริญญาตรี

- วิศวกรรมไฟฟ้า สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการ สสพ.

2526-2555

- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
- กรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สภาผู้แทนราษฎร
- รักษาการกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เอซีที โมบาย จำกัด
- กรรมการ บริษัท เอซีที โมบาย จำกัด
- กรรมการ บริษัท แอดวานซ์ ดาต้า เน็ตเวิร์ค คอมมูนิเคชั่น จำกัด
- รักษาการผู้จัดการร่วมค้าไทยโมบาย



Mrs. Supawan Teerarat
Vice President, Strategic and Business Development

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, TCEB

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.

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์

รองผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์และพัฒนารูทกิจ

การศึกษา

ปริญญาโท

- รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ปริญญาตรี

- บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสต์ซัมมิต

ประกาศนียบัตร

- Exhibition Management Degree, UFI (Global Exhibition Association)

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- รองผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์และพัฒนารูทกิจ สสพ.

2551-2555

- ผู้อำนวยการฝ่ายการแสดงผลสินค้านานาชาติ สสพ.

2549-2551

- ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนารูทกิจ บริษัท เวลด์ เอ็กซ์โป เซอร์วิส จำกัด

2548-2549

- ผู้อำนวยการกลุ่มการตลาดและการสื่อสาร บริษัท เอ ไพรม์ เซนออฟ โอเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด



Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya

Vice President, Administration and Strategic Support

Education

Master Degree

- Master of Public Administration The America University, Washington D.C., USA

Bachelor Degree

- Bachelor of Social Sciences, Kasetsart University

Work Experience

Current Position

- Vice President, Administration and Strategic Support, TCEB

2011-2014

- Director, Domestic MICE Department, TCEB

2007-2011

- Director, Government & Corporate Affairs Department, TCEB

2004-2007

- Senior Manager, Meetings & Incentives Department, TCEB

1996-2004

- Tourism Authority of Thailand

นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา

รองผู้อำนวยการ สายงานบริหารและสนับสนุนกลยุทธ์

การศึกษา

ปริญญาโท

- รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต The America University, Washington D.C. สหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- ศิลปศาสตรบัณฑิต ภาควิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- รองผู้อำนวยการ สายงานบริหารและสนับสนุนกลยุทธ์ สสพ.

2554-2556

- ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สสพ.

2550-2554

- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ สสพ.

2547-2550

- ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สสพ.

2539-2547

- เจ้าหน้าที่บริหารการตลาด 5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



Ms. Vichaya Soonthornsaratoon

Director, Meetings Industry Department

Education

Master Degree

- General Communication, Fort Hays State University, USA

Bachelor Degree

- Personal Management, Dhurakij Pundit University

Work Experience

Current Position

- Director, Meetings Industry Department, TCEB

2004-2012

- Senior Manager, Meetings Industry Department, TCEB

1988-2004

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

นางสาววิชยา สุนทรสารทอน

ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม

การศึกษา

ปริญญาโท

- General Communication, Fort Hays State University สหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- Personal Management มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม สสพ.

2548-2556

- ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายส่งเสริมการประชุมนานาชาติ สสพ.

2531-2548

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



Mr. Chartchai Debpang
Director, TCEB President's
Office Department

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 President's Office, TCEB

2011-2012

- Director, Government & Corporate Affairs Department, TCEB

2008-2011

- Senior Manager, 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

นายชาติชาย เทพแปง

ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักงาน
ผู้อำนวยการ สสปน.

การศึกษา

ปริญญาโท

- พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (ทางพัฒนาสังคม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- รัฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาตรี

- ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักงานผู้อำนวยการ สสปน.

2554-2555

- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ สสปน.

2551-2554

- ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานบริหารราชการฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ สสปน.

2549-2551

- หัวหน้ากลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- ผู้อำนวยการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



Mr. Salanroj Sutaschuto
Director, Administration
Department

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, Administration Department, TCEB

2011-2012

- Director of Board Coordinating Department, TCEB

2009-2011

- Head of the Office of the President, TCEB

2008

- Senior Manager, MICE Capabilities Department, TCEB

2001-2006

- Director and Executive Director, Thai-Hong Kong Trade Association

2000-2006

- Consultant, Hong Kong Trade Development Council (HKTDC)

นายสาญญโรจน์ สุทัศน์ชูโต

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

การศึกษา

ปริญญาโท

- Master of Business Administration, Western Illinois University สหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- Bachelor of Science (Computer Science), Western Illinois University สหรัฐอเมริกา
- บริหารธุรกิจ (การตลาด) อัสสัมชัญพาณิชย์การ

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร สสปน.

2554

- ผู้อำนวยการฝ่ายประสานงานคณะกรรมการ สสปน.

2552

- หัวหน้าสำนักผู้อำนวยการ สสปน.

2551

- ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ สสปน.

2544-2549

- กรรมการและผู้อำนวยการบริหารสมาคมการค้าไทย-ฮ่องกง (THTA)

2543-2549

- ที่ปรึกษา สภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTDC)



Mrs. Nichapa Yoswee

Director, MICE Capabilities
Department

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, MICE Capabilities
Department, TCEB
- Sustainability Committee,
UFI – The Global Association
of Exhibition Industry
- Education Committee,
UFI – The Global Association
of Exhibition Industry

2007-2011

- Managing Director, Thailand
and Vietnam, Reed Tradex
Co., Ltd.

2005-2007

- Deputy Chief Officer, Royal
Flora Ratchapruek 2006

นางนิชาภา ยศวีร์

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพ
อุตสาหกรรมไมซ์

การศึกษา

**หลักสูตรด้านภาวะผู้นำและการ
บริหารจัดการ**

Cranfield University สหราชอาณาจักร

หลักสูตรด้านความคิดสร้างสรรค์

เชิงกลยุทธ์และการจัดการเชิง

จิตวิทยา

Oxford University สหราชอาณาจักร

ปริญญาตรี

- บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัย

อัสสัมชัญ

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพ
อุตสาหกรรมไมซ์ สสบน.
- คณะกรรมการสมาพันธ์โลกด้านการ
จัดนิทรรศการ ส่วนการอนุรักษ์
ธรรมชาติ (UFI – The Global
Association of Exhibition
Industry)
- คณะกรรมการสมาพันธ์โลกด้านการ
จัดนิทรรศการ ภาคการศึกษา
(The Global Association of
Exhibition Industry)

2550-2553

- กรรมการผู้จัดการประเทศไทยและ
เวียดนาม บริษัท ริดจ์ เทรดดิ้ง จำกัด

2548-2550

- รองกรรมการบริหาร ราชนาภัณฑ์ 2006
จังหวัดเชียงใหม่



Ms. Jutharat Vorrarith

Director, Accounting &
Finance Department

Education

Master Degree

- Master of Business Studies,
Liverpool John Moores
University, UK

Bachelor Degree

- Bachelor of Science in
Accounting, Thammasat
University

Certificate

- Certified Public Accountant
(Thailand) No. 7132

Work Experience

Current Position

- Director, Accounting &
Finance Department, 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.

นางสาวจุฑารัตน์ วรฤกษ์

ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน

การศึกษา

ปริญญาโท

- ธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
Liverpool John Moores
สหราชอาณาจักร

ปริญญาตรี

- บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประกาศนียบัตร

- ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียน
เลขที่ 7132

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน
สสบน.

2549

- ผู้จัดการทั่วไป สถาบันวิทยาการ
การเรียนรู้ (สวร.) สำนักงานบริหาร
และพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การ
มหาชน)

2547

- ผู้ตรวจสอบภายใน สถาบันวิทยาการ
การเรียนรู้ (สวร.) สำนักงานบริหาร
และพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การ
มหาชน)

2543

- ผู้ตรวจสอบบัญชีอาวุโส บริษัท ดีลอยท์
ทูช โรมัทสู โยชิยส จำกัด



Ms. Wiparat Tharateerapab
Director, Government and
Corporate Affairs Department

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, Government and Corporate Affairs Department, TCEB

2010-2012

- Director, 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

นางสาววิภารัตน์ ธารธารภาพ

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

การศึกษา

ปริญญาโท

- การสื่อสารระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยลีดส์ สหราชอาณาจักร
- รัฐศาสตร์ (สาขาความสัมพันธ์ทางการทูต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปริญญาตรี

- รัฐศาสตร์ (สาขาความสัมพันธ์ทางการทูต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ สสพ.

2553-2555

- ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร สสพ.

2547-2553

- ผู้อำนวยการกองการต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2545-2546

- ช่วยราชการ ณ สำนักงานผู้แทนการค้าไทย สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี



Ms. Parichat Svetasreni
Director, Marketing and
Corporate Image Department

Education

Master Degree

- Master of Arts in Communication Arts, Chulalongkorn University

Bachelor Degree

- Bachelor of Arts, Silpakorn University

Work Experience

Current Position

- Director, Marketing and Corporate Image Department, TCEB

2012-2013

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

- Acting Director of Marketing Communication Department, TCEB

2006-2012

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

2005-2006

- PR Group Account Director, Leo Burnett

2004-2005

- Account Manager, JWT Thailand

นางสาวปาริฉัตร เสวตรเสรีณี

ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร

การศึกษา

ปริญญาโท

- นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาตรี

- อักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร สสพ.

2555-2556

- ผู้จัดการอาวุโสส่วนประชาสัมพันธ์ สสพ.
- รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด ฝ่ายสื่อสารการตลาด สสพ.

2549-2555

- ผู้จัดการอาวุโส ส่วนประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสื่อสารการตลาด สสพ.

2548-2549

- PR Group Account Director, Leo Burnett

2547-2548

- Account Manager, JWT Thailand



Mrs. Jaruwan Suwannasat
Director, Exhibitions and
Event Department

Education

Master Degree

- Master of International Marketing, University of Strathclyde, UK

Bachelor Degree

- Bachelor of Business Administration, Assumption University

Work Experience

Current Position

- Director, Exhibitions and Event Department, TCEB
- 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)
- 1998**
- Assistant Brand Manager – Sanrio, Central Retail Corporation

นางจรรวณ สุวรรณสารณ์

ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดง
สินค้านานาชาติ

การศึกษา

ปริญญาโท

- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาดระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยสเตรธไคลด์ สหราชอาณาจักร

ปริญญาตรี

- บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสต์ซัมมิต

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**
- Assistant Brand Manager – Sanrio บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด



Mr. Prakhong Iemsamank
Director, Corporate Strategy
Development Department

Education

Master Degree

- Master of Communication Arts, Chulalongkorn University

Bachelor Degree

- Bachelor of Science (Agricultural Economics), Kasetsart University

Work Experience

Current Position

- Director, Corporate Strategy Development Department, TCEB
- 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

นายประคอง เอี่ยมสำอางค์

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร

การศึกษา

ปริญญาโท

- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาตรี

- วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

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

**Mr. Puripan Bunnag**

Director, Domestic MICE
Department

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

Work Experience**Current Position**

- Director, Domestic MICE Department, 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 Plc.

1993

- Sales Promotion Manager, World Trade Center

1991

- Marketing Officer, Thai Pure Drinks Ltd.

นายสุริพันธ์ บุนนาค

ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาด
ในประเทศ

การศึกษา**ปริญญาโท**

- รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัย Ohio สหรัฐอเมริกา

ปริญญาตรี

- รัฐศาสตรบัณฑิต (ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน**ปัจจุบัน**

- ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สสปน.

2548

- หัวหน้างานตลาดในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2543

- หัวหน้างานตลาดต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2538

- ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

2536

- ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย เวสต์เทรดเซ็นเตอร์

2534

- เจ้าหน้าที่การตลาด บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด

**Mrs. Sarita Chintakanond**

Director, Information
Technology Department

Education**Master Degree**

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

Bachelor Degree

- Bachelor of Political Science, Chulalongkorn University

Work Experience**Current Position**

- Director, Information Technology Department, TCEB

2009

- Business and Investment Strategy Advisor, Thanachart Holding Co., Ltd.

2004

- Planning Supervisor, Thai Airways International Plc.

2000

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

Other Significant Experience**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 the ASEAN Economic Community
- The Senate Standing Committee on Education

นางสรिता จินตกานนท์

ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

การศึกษา**ปริญญาโท**

- วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัย Portland State University สหรัฐอเมริกา

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 สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

2555-2556

- อนุกรรมการพิจารณาและติดตามความพร้อมด้านการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน
- คณะกรรมการการศึกษา วุฒิสภา

Overseas Representatives

ผู้แทนประจำภูมิภาคต่างประเทศ



Ms. Mitsuru Moriguchi
Japan

MICE Japan Co., Ltd.
2-6-10-302, Hitotsubashi, Chiyoda-ku,
Tokyo 101-0003, Japan
Tel: +81 3 3261 7817
Fax: +81 3 3261 7818
E-mail: moriguchi@micejapan,
jpcontact@micejapan.jp



Ms. Daniella Middleton
USA

Development Counsellors International
215 Park Avenue South, 10th Floor
New York, NY 10003
Tel: +212 444 7118
E-mail: daniella.middleton@aboutdci.com



Ms. Esther Chin Siew Foong
Singapore (October 2013-March 2014)

TCEB
Blk 403B, Fernvale Lane #06 - 169
Singapore, 792403
Tel: +65 9686 8408
E-mail: tceb.mic@gmail.com



Mr. Dmitry Smirnov
Russia (October 2013-January 2014)

Compass Consulting LLC
11 Bolshaya Tulskeya Street, Moscow
115191, Russia
Tel: +7 (495) 223 1764
Fax: +7 (495) 981 5188
E-mail: director@compass-consulting.ru



Mr. Nitin Sachdeva
India

Venture Marketing
Tel: +91 9 818 885542
E-mail: nitin@venturemarketing.in



Mr. Shane Xin
China

Arch International Media Ltd.
Room 1109, Building B, Yuanyang
Xinganxian, No.66 Xiaguangli,
Beijing 100027, China
Tel: +86 10 84466451 ext. 6107
Fax: +86 10 84466375
E-mail: shane.xin@micechina.com

Thailand's MICE Industry 2014

ภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557

In 2014, TCEB's promotion of Thailand's MICE sector focused on accessing high quality target markets, and leveraging Thailand's market positioning as Asia's high quality MICE destination. In addition, TCEB also underlined its vision to 'elevate Thailand's MICE sector and move towards high quality markets', integrating with 'Thailand's New Growth Model' under the National Economic and Social Development Plan. Incorporating recommendations from the private sector, and the latest global trends to drive Thailand's economic growth through the MICE and tourism sectors, TCEB's strategic plan in 2014 highlighted five key strategies under the 2012-2016 MICE Industry Master Plan, with the following strategic goals:

01. Maintain existing markets, and open up new markets
02. Promote Thai MICE as 'Top of Mind' in Asia
03. Differentiate and add value through the Creative Economy approach
04. Build strong networks and alliances both domestically and internationally
05. Enhance TCEB's organisational role and capacity

ภายใต้แผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2557 สสปน. ดำเนินการตามนโยบายสนองยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เพื่อเจาะกลุ่มคุณภาพยกระดับสู่ตลาดไมซ์คุณภาพสูง และสร้างแบรนด์ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นจุดหมายปลายทางระดับคุณภาพแห่งเอเชีย โดย สสปน. ดำเนินแผนงาน ตามวิสัยทัศน์ “การยกระดับไมซ์ไทยสู่ตลาดคุณภาพ” บูรณาการเข้ากับยุทธศาสตร์ของประเทศ หรือ Thailand's New Growth Model มาเป็นรากฐานของการพัฒนาแผนแม่บทประจำปีร่วมกับข้อเสนอแนะจากภาคเอกชน และแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลก ที่ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้แผนส่งเสริมไมซ์จึงเน้น 5 ยุทธศาสตร์หลักตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ปี 2555-2559 คือ

01. รักษาตลาดเดิม-ขยายตลาดใหม่
02. ผลักดันประเทศไทยให้เป็น Top of Mind ของภูมิภาคเอเชีย
03. สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์
04. เสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ
05. ยกระดับศักยภาพและบทบาท สสปน.

As a hub for MICE events in the region, Thailand ranks eighth in Asia-Pacific and third in ASEAN for the highest number of association meetings, according to the International Convention and Congress Association (ICCA). Demonstrating its readiness and capability to welcome travellers from around the globe, Bangkok was also named MasterCard 2014 Global Destination Cities Index's number one destination in Asia-Pacific.

To promote Thailand's MICE industry development, TCEB launched the campaign: 'Thailand CONNECT: Your Global Business Events Connection', in line with TCEB's Growth Driver brand development strategy. The Thailand CONNECT campaign focuses on three fundamental pillars, including a diversity of destinations, unrivalled business opportunities, and high quality professionals.

01. Diversity of Destinations. Thailand's strategic location at the heart of Asia, together with convenient facilities and infrastructure, offer visitors an unrivalled choice of destinations. Thailand's six international airports across the country connect to 190 destinations worldwide with over 500 flights per day. With nine purpose-built international conference and exhibition venues, the combined total exhibition space of 222,984 square meters is the highest in the region. Thailand's five officially-designated 'MICE Cities' (Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai and Khon Kaen) offer unbeatable diversity of choice or MICE events of any type and scale.

จากบทบาทการเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับภูมิภาค ยังพิสูจน์ได้จากการที่ประเทศไทยยังติดอันดับประเทศที่ 8 ของภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก และอันดับที่ 3 ของอาเซียนในด้านประเทศที่มีจำนวนของการจัดประชุมนานาชาติ จากการจัดอันดับของ สมาคมการประชุมนานาชาติ International Convention and Congress Association (ICCA) พร้อมกันนี้ กรุงเทพมหานคร ยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักเดินทางอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก จาก 2014 Global Destination Cities Index ตอกย้ำความพร้อมของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับนักเดินทางจากทั่วทุกมุมโลกได้เป็นอย่างดี

พร้อมกันนี้ สสพ. ยังได้พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ประเทศไทย ให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาแบรนด์ที่เติบโต (Growth Driver) ควบคู่ไปกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของประเทศ โดยเปิดตัวแคมเปญสื่อสารภายใต้แบรนด์ Thailand CONNECT ซึ่งชู 3 เสาหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเข้มแข็ง และเป็นจุดขายของประเทศไทย สำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก คือ การเป็นจุดหมายปลายทางที่หลากหลาย (Destination) ศูนย์กลางการค้าเงินธุรกิจ (Business) รวมถึงบุคลากรและบริการที่ได้มาตรฐาน (People)



01. จุดหมายปลายทางที่หลากหลาย (Destination) นำเสนอที่ตั้งของประเทศไทยที่อยู่ในจุดยุทธศาสตร์ของเอเชีย ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคระดับมาตรฐาน สนามบินนานาชาติทั่วประเทศจำนวน 6 แห่ง ที่พร้อมเชื่อมต่อ 190 จุดหมายปลายทางทั่วทุกมุมโลก ด้วยเที่ยวบินกว่า 500 เที่ยวบินต่อวัน พร้อมกันนี้ยังมีศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าทั้งหมด 9 แห่ง มีขนาดพื้นที่รวม 222,984 ตารางเมตร สูงที่สุดในภูมิภาคอาเซียน อีกทั้งยังมีไมซ์ซิตี้ จำนวน 5 เมือง ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ และขอนแก่น พร้อมเพิ่มทางเลือกในการจัดกิจกรรมไมซ์หลากหลายรูปแบบ



02. Unrivalled Business Opportunities. With fast and convenient connections to all countries in the region, ASEAN's second largest economy is poised to play a leading role in the forthcoming unified market of the ASEAN Economic Community, or AEC, in 2015. Economic integration will remove trade barriers and bring free transfer of goods, services, skilled labour, trade and investment among ASEAN members and its population of almost 600 million. Thailand is itself a major production and export base for key industries such as automotive and industrial components, computers and IT, energy, rubber and plastics. Adding to its strategic significance as a gateway to ASEAN, Thailand's bilateral free trade agreements with 11 countries around the world will further reinforce Thailand's strategic importance within this vast unified market.

02. ศูนย์กลางการค้าเป็นธุรกิจ (Business) ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมโยงประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย และมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของอาเซียน และเมื่อเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี พ.ศ. 2558 ที่จะทำให้เกิดการถ่ายเทสินค้า บริการ ฝีมือแรงงาน และการค้าการลงทุนระหว่างกัน ก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่พร้อมขับเคลื่อนด้วยประชากรของภูมิภาคมากกว่า 600 ล้านคน กอปรกับการดำเนินยุทธศาสตร์เขตการค้าเสรีที่ปัจจุบันสามารถบรรลุข้อตกลงเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรีกับ 11 ประเทศ ทั้งในทวีปเอเชีย และทั่วโลก ทั้งหมดจะช่วยส่งเสริมฐานะของประเทศไทยให้เป็นประตูสู่อาเซียน และประเทศไทยยังพื้นฐานการผลิตและส่งออกที่สำคัญในอุตสาหกรรมหลัก อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนประกอบ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และไอที อุตสาหกรรมพลังงาน อุตสาหกรรมยางพารา และอุตสาหกรรมพลาสติก





03. High Quality Professionals. In addition to its legendary hospitality and quality of service, Thailand's MICE industry has led the world in introducing global standards such as Energy Management (ISO 50001), Food Safety Management System (ISO 22000), MICE Security Management System (TISI 22300), and most recently, the new Event Sustainability Management System (ISO 20121). Thailand's MICE sector has been boosted by accolades and awards from leading agencies, and Thailand is consistently ranked as one of the world's top MICE event destinations. For example, in 2012, ICCA ranked Thailand as the ASEAN No. 1 by number of international meetings, while UFI ranked Thailand No. 1 by number of exhibitions space sold. Also, Thailand hosted a total of 7,382 MICE events, including prestigious global mega-events such as The 2012 Rotary International Convention, World Stamp 2013, the 65th World Newspaper Congress, ITU World, Telecom 2013, and the World Marketing Forum 2014.

03. บุคลากรและบริการที่ได้มาตรฐาน (People) ประเทศไทยมีความพร้อมด้านอสังหาริมทรัพย์และการให้บริการของบุคลากร รวมทั้งมาตรฐานที่ส่งเสริมการจัดงานไมซ์ระดับโลก อาทิ มาตรฐานด้านการจัดการพลังงาน (ISO 50001: Energy Management System), มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (ISO 22000: Food Safety Management System), มาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับสถานที่จัดงานไมซ์ (TISI 22300: MICE Security Management System: MSMS) และมาตรฐานการบริหารจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน (ISO 20121: Event Sustainability Management System) พร้อมกันนี้ ยังสร้างความเชื่อมั่นด้วยรางวัลจากหน่วยงานต่างๆ ที่ยกย่องให้ประเทศไทยเป็นเมืองอันดับต้นๆ ของโลกในด้านการจัดงานไมซ์ โดยในปี 2555 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับ ให้เป็นที่ 1 ในอาเซียนด้านจำนวนของการจัดประชุมนานาชาติ โดย ICCA และด้านจำนวนพื้นที่การจัดงานแสดงสินค้าโดย UFI พร้อมกันนี้ ยังเป็นเจ้าภาพการจัดงานไมซ์มากถึง 7,382 งาน และเจ้าภาพการจัดงานระดับเมกะอีเวนต์จำนวนมาก เช่น The 2012 Rotary International Convention, World Stamp 2013, the 65th World Newspaper Congress, ITU World Telecom 2013 และ the World Marketing Forum 2014 เป็นต้น

International MICE Market

Thailand's MICE industry performance was driven by the introduction of the Thailand CONNECT brand campaign, and effective market development activities, as well as collaboration among public and private sector counterparts. In 2014, Thailand was able to attract 919,164 international MICE travellers, earning the Thai economy 80,800 million baht.

International MICE Travellers in 2014 Fiscal Year by Industry

ภาพรวมการดำเนินงานส่งเสริมตลาดไมซ์ในต่างประเทศ

ผลการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายใต้การสื่อสารแบรนด์ Thailand CONNECT รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพของ สสปน. ผสมกับความร่วมมือของหน่วยงานภาคีภาครัฐ และเอกชน ล้วนมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สามารถเติบโตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยในปี 2557 ประเทศไทยมีโอกาสด้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศจำนวน 919,164 คน คิดเป็นรายได้ 80,800 ล้านบาท

สถิตินักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ แยกรายอุตสาหกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

Industry อุตสาหกรรม	MICE Travellers (pax) นักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)	MICE Revenue (million baht) รายได้ (ล้านบาท)
Corporate Meetings การประชุมองค์กร	232,736	25,173
Incentive Travel การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	240,546	15,274
Conventions การประชุมนานาชาติ	287,886	26,737
Exhibitions การแสดงสินค้านานาชาติ	157,996	13,616
Total รวม	919,164	80,800

In 2014, Asia was the largest source market to Thailand, with 598,685 MICE travellers, representing 65.13 per cent of all MICE travellers, followed by Europe (106,014 MICE travellers, 11.53 per cent), and the Americas (49,613 MICE travellers, 5.40 per cent). The top ten source countries were China, India, Malaysia, Singapore, US, Australia, Korea, Indonesia, Japan, and Hong Kong.

เมื่อพิจารณาแบ่งรายภูมิภาค พบว่า ในปี 2557 ภูมิภาคที่มีจำนวนนักเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยจำนวนมากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชีย จำนวนรวมทั้งสิ้น 598,685 ราย คิดเป็นสัดส่วนนักเดินทางร้อยละ 65.13 ตามด้วยยุโรป จำนวน 106,014 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.53 และอเมริกา จำนวน 49,613 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.40 สำหรับ 10 อันดับประเทศที่มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์มายังประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เกาหลี อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และฮ่องกง



International MICE Travellers in 2014 Fiscal Year by Region

สถิตินักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ แยกรายภูมิภาค
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

Region ภูมิภาค	MICE Travellers (pax) นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (คน)	MICE Revenue (million baht) รายได้ (ล้านบาท)	Percentage สัดส่วน (%)
Asia/เอเชีย	598,685	52,627.99	65.13
Europe/ยุโรป	106,014	9,319.26	11.53
America/อเมริกา	49,613	4,361.28	5.40
Oceania/โอเชียเนีย	47,446	4,170.79	5.16
Africa/แอฟริกา	10,239	900.07	1.12
Other/อื่นๆ	107,167	9,420.63	11.66



Top 10 Source Markets in 2014 Fiscal Year

สถิติ 10 อันดับประเทศที่เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์
ในประเทศไทยสูงสุด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

Country ประเทศ	MICE Travellers (pax) นักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)	MICE Revenue (million baht) รายได้ (ล้านบาท)
China/จีน	120,684	10,608.84
India/อินเดีย	83,351	7,327.05
Malaysia/มาเลเซีย	69,034	6,068.52
Singapore/สิงคโปร์	66,956	5,885.83
USA/สหรัฐอเมริกา	38,491	3,383.59
Australia/ออสเตรเลีย	37,947	3,335.77
Korea/เกาหลี	33,398	2,935.88
Indonesia/อินโดนีเซีย	33,325	2,929.47
Japan/ญี่ปุ่น	31,733	2,789.52
Hong Kong/ฮ่องกง	18,087	1,589.96

International MICE Activity Highlights

In 2014, Thailand hosted a wide range of MICE activities including the corporate meetings and incentive travel events such as Jeunesse Expo Thailand – Annual World Conference 2013, Herbalife Asia-Pacific Active World Team University 2013, Holcim Serasi, Herbalife Future President's Team Retreat, World Venture, and 2014 Unicity Global Convention.



International conventions included the Asia Fitness Convention, the 9th Asian Interventional Cardiovascular Therapeutics, the 5th International Conference on Fixed Combination in the Treatment of Hypertension, Dyslipidemia and Diabetes Mellitus, the 23rd World Professional Association for Transgender Health (23rd WPATH 2014), ADFEST 2014, the IUPAC World Polymer Congress 2014, the 45th International Symposium on Macromolecules (MACRO 2014), and the International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014.

International exhibitions and trade fairs included Metalex, ProPak Asia, Manufacturing Expo, Intermach and Renewable Energy Asia.

กิจกรรมโฆสต์ตลาดต่างประเทศ

พร้อมกันนี้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มีงานไมซ์ไฮไลท์สำคัญของกลุ่มการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ งาน Jeunesse Expo Thailand – Annual World Conference 2013, งาน Herbalife Asia-Pacific Active World Team University 2013, งาน Holcim Serasi, งาน Herbalife Future President's Team Retreat, งาน World Venture และงาน 2014 Unicity Global Convention เป็นต้น

กลุ่มการประชุมนานาชาติ ได้แก่ งาน Asia Fitness Convention, งาน the 9th Asian Interventional Cardiovascular Therapeutics, งาน the 5th International Conference on Fixed Combination in the Treatment of Hypertension, Dyslipidemia and Diabetes Mellitus, งาน the 23rd World Professional Association for Transgender Health (23rd WPATH 2014), งาน ADFEST 2014, งาน IUPAC World Polymer Congress 2014, งาน the 45th International Symposium on Macromolecules (MACRO 2014) งาน the International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014



กลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติ ได้แก่ งาน Metalex, งาน ProPak Asia, งาน Manufacturing Expo, งาน Intermach และงาน Renewable Energy Asia เป็นต้น

Domestic MICE Market

To propel growth of the domestic MICE market, TCEB reemphasized its 2014 vision to **‘elevate Thailand’s MICE sector and moves towards high quality markets’**. By laying important fundamentals for the domestic MICE sector, TCEB aimed at increasing the number of domestic MICE travellers by two per cent, and MICE revenue by four per cent, while leveraging Thailand’s brand positioning and driving towards becoming Asia’s leading high quality MICE destination. In 2014, Thailand attracted 14,508,175 domestic MICE travellers, generating a total revenue of 31,494 million baht.

ภาพรวมการดำเนินงานส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศ

สำหรับแนวทางการพัฒนาแผนงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับตลาดไมซ์ในประเทศปี 2557 ดำเนินการตามวิสัยทัศน์องค์กรปี 2557 คือ **‘การยกระดับไมซ์ไทยสู่ตลาดคุณภาพ’** ภายใต้การดำเนินงานส่งเสริมดีไมซ์ในปี 2557 นั้น สสพ. จะมุ่งเน้นการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย โดยวางรากฐานความสำเร็จเริ่มต้นสร้างความแข็งแกร่งให้อุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศไทยแข็งแกร่งและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ร้อยละ 2 และเพิ่มจำนวนรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ร้อยละ 4 ยกระดับตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย และขยายตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศจำนวนทั้งสิ้น 14,508,175 คน คิดเป็นรายได้ 31,494 ล้านบาท

Domestic MICE Travellers in 2014 Fiscal Year by Industry

สถิตินักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศ แยกรายอุตสาหกรรมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

Industry อุตสาหกรรม	MICE Travellers (pax) นักเดินทางกลุ่มไมซ์ (คน)	MICE Revenue (million baht) รายได้ (ล้านบาท)
Corporate Meetings การประชุมองค์กร	748,290	1,963
Incentive Travel การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	711,767	2,516
Conventions การประชุมนานาชาติ	1,479,967	4,867
Exhibitions การแสดงสินค้านานาชาติ	11,568,151	22,148
Total รวม	14,508,175	31,494

Domestic MICE Activity Highlights

In 2014, Thailand saw a number of domestic MICE activities including the 1st Domestic MICE Mart – a platform for business matching and building collaboration in the domestic MICE industry. Events were held in five MICE Cities (Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai, and Khon Kaen), providing added value to the local economy, while sustainably increasing the number of domestic MICE travellers and associated revenue.

Other noteworthy domestic MICE activities included the 31st Thai Chamber of Commerce, Trang, Thai Travel Fair 2014 (TTF 2014), the CLMV – New Market Opportunities for Thai Brands Seminar, Horti Asia Roadshow, Thailand Toy Expo 2014, and the I-San Book Fair.

กิจกรรมไมซ์ตลาดในประเทศ

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มีงานดีไมซ์ไฮไลท์สำคัญ ได้แก่ งานไมซ์มาร์ตครั้งที่ 1 (The 1st Domestic MICE Mart) เพื่อเป็นเวทีเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และสนับสนุนกลุ่มเป้าหมายให้ได้รับข้อมูลข่าวสารบริการในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างรวดเร็ว จัดขึ้นตามไมซ์ซิตี้ทั่วประเทศตลอดปี พ.ศ. 2557 ทั้ง กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ และขอนแก่น อันเป็นการยกระดับพื้นที่เป้าหมายการจัดงานไมซ์ในระดับภูมิภาค และสร้างกิจกรรมมูลค่าเพิ่มภายในพื้นที่ เพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ และรายได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังมีงานไมซ์ในประเทศสำคัญอื่นๆ ได้แก่ งานสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 31 จังหวัดตรัง, งาน “เทศกาลเที่ยวเมืองไทย” (TTF2014), งานกิจกรรม “CLMV ทิศทางการลงทุนใหม่ของแบรนด์ไทย”, งานโครงการ Road Show Horti Asia, งาน Thailand Toy Expo 2014, งาน I-San Book Fair เป็นต้น



TCEB Performance 2014

ผลการดำเนินงานของ สสปน. ปี พ.ศ. 2557

Marketing and Corporate Image Department

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร



Marketing and Corporate Image Department Performance in 2014

The key roles of TCEB's Marketing and Corporate Image Department are to define the organisation's strategic marketing and communications plans, to raise awareness of TCEB's role in driving the MICE industry, and to position Thailand as a premiere MICE destination. In 2014, TCEB undertook a wide variety of key marketing and communications activities.

ภาพรวมผลการดำเนินงานฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรมีหน้าที่หลักในการกำหนดแผนงานกลยุทธ์ด้านการตลาด การสื่อสาร และการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทของ สสปน. และนำเสนอประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ โดยในปี พ.ศ. 2557 นั้น ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร ได้ดำเนินการกิจสำคัญประกอบด้วย

Marketing and Branding

01. The second phase of the TCEB brand development
TCEB previously rebranded its corporate identity towards being a growth driver of the Thai MICE industry, as well as modernized its corporate logo. In the second phase of the TCEB brand roadmap, in line with the Thai MICE Industry Development Master Plan (2012-2016)

02. The 7th Asia for Asia Summit: Rock the Generations
TCEB organised the annual Asia for Asia Summit by the Asian Association of Convention and Visitor Bureaus (AACVB), following the AACVB's consensus vote that Thailand should host the summit in September 2014. Prior to this, Singapore, Korea, and Malaysia were among the host countries for previous summits. The 7th Asia for Asia Summit: Rock the Generations, was held to provide a platform for discussion encompassing business events trends and current and emerging needs in Asia.

03. Khon Kaen MICE City Brand and Strategic Communications Development

In line with the Thai MICE Industry Development Master Plan to develop Capabilities for MICE Cities to host MICE events, providing options for domestic and international MICE travellers, the Khon Kaen MICE City Brand and Strategic Communications Development was developed to raise awareness about the capabilities of Khon Kaen as a regional MICE City in Thailand.

ส่วนงานการตลาดและบริหารแบรนด์

01. โครงการพัฒนาแบรนด์ สสปน. ระยะที่ 2

สสปน. ได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ขององค์กร (Rebrand) สู่แนวทางผู้พัฒนาธุรกิจการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าไทย หรือ Growth Driver โดยมีการปรับปรุงตราสัญลักษณ์ (Logo) ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2557 เป็นการพัฒนาแบรนด์องค์กรในระยะที่ 2 ตามแนวทาง Brand Roadmap ซึ่งเป็นโครงการที่สอดคล้องกับแผนแม่บทอุตสาหกรรม การจัดประชุมและนิทรรศการ พ.ศ. 2555-2559

02. กิจกรรมประชุมนานาชาติ Asia for Asia ครั้งที่ 7

สสปน. ดำเนินการจัดกิจกรรมประชุมนานาชาติ Asia for Asia เป็นงานประชุมนานาชาติประจำปีของสมาคมองค์กรส่งเสริมการจัดประชุมแห่งภูมิภาคเอเชีย หรือ Asian Association of Convention and Visitor Bureaus: AACVB มีกำหนดหมุนเวียนจัดกิจกรรมในประเทศสมาชิกของสมาคมเรื่อยมา ได้แก่ สิงคโปร์ เกาหลี มาเลเซีย ทั้งนี้จากการประชุมสามัญประจำปีของสมาคมฯ ได้มีมติเลือกประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมนานาชาติ The 7th Asia for Asia Summit ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2557 โดยการจัดกิจกรรมประชุมนานาชาติ Asia for Asia มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยน องค์ความรู้ในอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย

03. โครงการออกแบบอัตลักษณ์พร้อมแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดไมซ์ซีดี จังหวัดขอนแก่น

โครงการออกแบบอัตลักษณ์พร้อมแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดไมซ์ซีดี จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มระดับการรับรู้ถึงจังหวัดขอนแก่นในฐานะเมืองแห่งไมซ์ของประเทศไทย และพัฒนาศักยภาพในการจัดงานไมซ์ของจังหวัดขอนแก่นเพื่อยกระดับจังหวัดสู่การเป็นผู้นำการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค



Corporate Communications

The role of TCEB's corporate communications division is to raise awareness of Thailand's MICE industry, and TCEB's role in driving this sector among stakeholders including public and private organisations, associations, and educational institutes both in Thailand and internationally, through local, regional, and global media channels.

01. Domestic PR activities

1.1 Press Conferences and Media Interviews

- Press Conference: 2014 Thailand Brand Launch at the IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2013, 1 October 2013
- Press Conference: Digital MICE Thailand, 25 February 2014
- Press Conference: MICE Capabilities Development Plan 2014, 28 February 2014
- Press Conference: Domestic Exhibitions, 21 March 2014

ส่วนงานสื่อสารองค์กร

ภารกิจหลักของการสื่อสารองค์กร คือ การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทการดำเนินงานของ สสปน. ตลอดจนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย แก่กลุ่มเป้าหมายทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน สมาคม สถาบันการศึกษาผ่านช่องทางการสื่อสารของสื่อมวลชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 นั้น มีกิจกรรมสื่อสารองค์กรที่ได้ดำเนินการ อาทิ

01. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ

1.1 การจัดงานแถลงข่าวและการสัมภาษณ์พิเศษสื่อมวลชนในงานสำคัญ อาทิ

- การแถลงข่าวเปิดตัวแคมเปญประเทศไทยประจำปี 2557 ในงานเทรดโชว์ IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2013 เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2556
- การแถลงข่าวแผนกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ประจำปี 2557 ของ สสปน. เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2557
- การแถลงข่าวแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของ สสปน. เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2557



- Press Conference: Domestic MICE Development Plan 2014 & The 1st Domestic MICE Mart, 25 March 2014
- Press Conference: MOU Signing Ceremony between TCEB and AKEI, 24 April 2014
- Press Conference: MICE City Promotion & The 1st Domestic MICE Mart in Chiang Mai, Pattaya, Phuket, and Khon Kaen, throughout 2014
- Press Conference: MICE Academy MOU between TCEB and Vocational Colleges, 29 July 2014
- Press Conference: Thailand's MICE United I, 7 August 2014
- Press Conference: 2014 Unicity Global Convention, 29 August 2014
- Press Conference: Meetings Industry Day, 4 September 2014
- Press Conference: MOU Signing Ceremony between TCEB and Ministry of Tourism and Sports, 24 September 2014
- Press Conference: TCEB Performance, every quarter throughout 2014

- การแถลงข่าวแผนการส่งเสริมตลาดการแสดงสินค้าในประเทศ เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2557
- การแถลงข่าวแผนการส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศไทย ประจำปี 2557 และ การเปิดตัวงานไมซ์มาร์ท ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2557
- การแถลงข่าวการลงนามความร่วมมือระหว่าง TCEB & AKEI เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2557
- การแถลงข่าวแผนการดำเนินงานส่งเสริมตลาดไมซ์ในเมืองไมซ์ซิตี้และการเปิดตัวงานไมซ์มาร์ท ครั้งที่ 1 ในเมืองไมซ์ซิตี้ ทั้ง กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น ตลอดปีงบประมาณ พ.ศ. 2557
- การแถลงข่าวการลงนามความร่วมมือพัฒนาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลร่วมกับสถาบันอาชีวศึกษา เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2557
- การแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ Thailand's MICE United ปีที่ 1 เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2557
- การแถลงข่าวเปิดตัวงาน 2014 Unicity Global Convention เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2557
- การแถลงข่าว งาน Meetings Industry Day เมื่อวันที่ 4 กันยายน 2557
- การแถลงข่าวพิธีลงนามความร่วมมือด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยว ระหว่างสสพ. และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2557
- การจัดแถลงข่าวผลการดำเนินงานขององค์กรในทุกไตรมาสตลอดปีงบประมาณ พ.ศ. 2557



1.2 Media Relations Activities

- Media Luncheons with senior editors and journalists
- Special media activity support
- Participation in the annual event of the Economic Reporters Association
- TCEB Media Thank You Party

02. International PR Activities

TCEB's corporate communications division organised press conferences in various key international trade shows and roadshows in target markets.



2.1 Press Conferences in International Trade Shows

- Press Conference at the IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2014, 1-3 October 2014, Bangkok
- Press Conference at the AIME 2014, 19 February 2014, Melbourne, Australia
- Press Conference at the GIBTM 2014, 25 March 2014, Abu Dhabi, UAE
- Press Conference at the IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2014, 15 April 2014, Shanghai, China
- Press Conference at the IMEX Frankfurt 2014, 21 May 2014, Frankfurt, Germany
- Press Conference at the CIBTM 2014, 17 September 2014, Beijing, China

1.2 การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

- การจัดกิจกรรมรับประทานอาหารร่วมกับสื่อมวลชนระดับหัวหน้าข่าวและผู้สื่อข่าว
- การสนับสนุนกิจกรรมของสื่อมวลชนในวาระพิเศษต่างๆ
- การเข้าร่วมกิจกรรมประจำปีของสมาคมผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจ
- การจัดกิจกรรมขอบคุณสื่อมวลชนประจำปี

02. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

ส่วนงานสื่อสารองค์กรได้จัดงานแถลงข่าวให้แก่สื่อมวลชนในต่างประเทศในงานเทรดโชว์และโรดโชว์ในประเทศเป้าหมายหลักของธุรกิจไมซ์ตลอดปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ประกอบด้วย

2.1 กิจกรรมแถลงข่าวในงานเทรดโชว์

- งานแถลงข่าวในงาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2014 เมื่อวันที่ 1-3 ตุลาคม 2557 ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
- งานแถลงข่าวในงาน AIME2014 เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2557 ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย
- งานแถลงข่าวในงาน GIBTM 2014 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2557 ณ เมืองอาบูดาบี สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์
- งานแถลงข่าวในงาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2014 เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2557 ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน
- งานแถลงข่าวในงาน IMEX FRANKFURT 2014 เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2557 ณ เมืองแฟรงก์เฟิร์ต สหพันธ์รัฐเยอรมนี
- งานแถลงข่าวในงาน CIBTM 2014 เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2557 ณ เมืองปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน



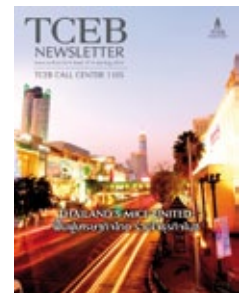
2.2 Press Conferences in International Roadshows, and Media Relations Activities

- Press Conference at the Philippines Roadshow 2014, 5 August 2014, Manila, the Philippines
- International Media Familiarisation Trip 2014, 18-21 August 2014, Chiang Mai
- Press Conference: MOU Signing Ceremony between TCEB and UMFCCI, 19 August 2014, Yangon, Myanmar
- International Media Familiarisation Trip 2014 with 30 international media, 7-11 September 2014, Khon Kaen
- Press Conference: Thailand CONNECT – Shanghai MICE Roadshow 2014, 15 September 2014, Shanghai, China



2.2 กิจกรรมแถลงข่าวในงานโรดโชว์ และงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ต่างประเทศ

- การแถลงข่าวในงาน Philippines Road Show 2014 ณ เมืองมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2557
- กิจกรรม International Media Familiarization Trip 2014 เชิญสื่อมวลชนจากต่างประเทศเข้าร่วมสัมผัสประสบการณ์การจัดงานไมซ์ในประเทศไทย ณ จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 18-21 สิงหาคม 2557
- การแถลงข่าวความร่วมมือระหว่าง สสพ. และ สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (UMFCCI) เพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2557 ณ กรุงย่างกุ้ง สหภาพเมียนมาร์
- กิจกรรม International Media Familiarization Trip 2014 เชิญสื่อมวลชนจำนวนกว่า 30 ประเทศเข้าร่วมสัมผัสประสบการณ์การจัดงานไมซ์ในประเทศไทย ณ จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 7-11 กันยายน 2557
- กิจกรรมแถลงข่าวโครงการ Thailand CONNECT–Shanghai MICE Road show 2014 เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2557



03. Corporate Communications Activities

Highlighting TCEB's corporate image and role in driving the MICE industry, TCEB also focused on strengthening a wide range of corporate communications activities.

3.1 TCEB Newsletter: to promote TCEB's role in driving the MICE industry among public and private sector organisations, MICE operators, educational institutes, and the media.

03. กิจกรรมสื่อสารองค์กร

กิจกรรมสื่อสารองค์กรของ สสพ. จะดำเนินการเพื่อสร้างภาพลักษณ์และบทบาทที่ดีของหน่วยงานภาครัฐอันมีพันธกิจในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของประเทศโดยมีกิจกรรมที่ดำเนินงานหลัก ประกอบด้วย

3.1 การจัดทำนิตยสาร TCEB Newsletter เพื่อประชาสัมพันธ์บทบาทการดำเนินงานของ สสพ. เผยแพร่แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการไมซ์ สถาบันการศึกษาและสื่อมวลชน



3.2 MICE Journal: to showcase useful information from within Thailand and overseas in relation to the MICE industry for TCEB's stakeholders, and MICE operators.

3.3 Annual Report: to provide an update and overview of TCEB's performance and development plans for public and private sector organisations and MICE operators.

Marketing Communications

Domestic Media

01. TV Communications

- The development of MICE Inside, that aired on Channel 3 during the Rueng Den Yen Nee Program; Royal Thai Army TV (Channel 5) during the Turakij Tid Dao program; and Modern Nine TV (Channel 9) during Kui Kamong Khao Chao.
- TCEB interviews on TNN24. The development of 30 second ad for TCEB, aired on Business Watch TV programme on TNN24.



3.2 การจัดทำวารสาร MICE Journal เพื่อนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประโยชน์และมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยและนานาชาติ เพื่อเผยแพร่ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการไมซ์ และกลุ่มนักท่องเที่ยว

3.3 การจัดทำรายงานประจำปีขององค์กรเพื่อนำเสนอถึงภาพรวมการดำเนินงานขององค์กรตลอดจนแผนงานส่งเสริมธุรกิจไมซ์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการไมซ์

ส่วนงานสื่อสารการตลาด

สื่อภายในประเทศ

01. สื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่อโทรทัศน์ ประจำปี 2557 ได้แก่

- การผลิตรายการ MICE Inside ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ในช่วงรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ในช่วงรายการธุรกิจดิดดาว และออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ในช่วงรายการคุยไข่มุกเช้า
- การสัมภาษณ์ผู้บริหาร สสปน. ทางสถานีโทรทัศน์ TNN24

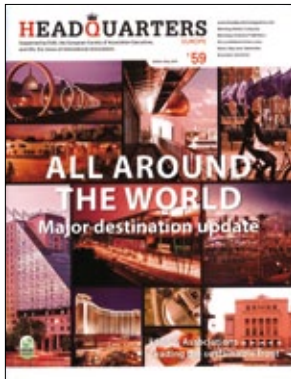


02. Radio Communications

- The development of a 30-second radio spot aired on radio stations in Bangkok and MICE Cities.

02. สื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่อวิทยุ

- การผลิตเสียงโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุความยาว 30 วินาที เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุในกรุงเทพมหานคร และเมืองไมซ์ที่ดี



International Media

- Asia Market (60 per cent): 20 inserts in print media, and nine inserts in online media; in TIME, CEI, MICE Asia, Business Traveller, TTG MICE, and The Economist.
- Europe Market (20 per cent): 18 inserts in print media, and 14 inserts in online media; in Trade Fair, Exhibition World, m+a Report, AMI, HeadQuarter, M&IT, and C+MW.
- International Market (20 per cent): five inserts in print media, and 22 times inserts in online media; in Sawasdee, BusinessWeek, Meetpie, Exhibitionworld.net, and Convene.

สื่อต่างประเทศ

- ตลาดเอเชีย สัดส่วน 60% แบ่งเป็น สื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 20 ครั้ง และสื่อออนไลน์จำนวน 9 ครั้ง ได้แก่ TIME, CEI, MICE Asia, Business Traveller, TTG MICE และ The Economist
- ตลาดยุโรป สัดส่วน 20% แบ่งเป็น สื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 18 ครั้ง และสื่อออนไลน์จำนวน 14 ครั้ง ได้แก่ Trade Fair, Exhibition World, m+a Report, AMI, HeadQuarter, M&IT และ C+MW
- ตลาดทั่วโลก สัดส่วน 20% แบ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 5 ครั้ง สื่อออนไลน์จำนวน 22 ครั้ง ได้แก่ นิตยสารสวัสดี, Businessweek, Meetpie, Exhibitionworld.net และ Convene

Event Management

01. TCEB designed and organised the Thailand Pavilion at seven trade shows.
 - IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2013
 - IMEX America 2013
 - EIBTM 2013
 - AIME 2014
 - GIBTM 2014
 - IT&CM China 2014
 - IMEX 2014
 - CIBTM 2014
02. TCEB managed the MOU Signing Ceremony between TCEB and UMFCCI, on 19 August 2014, in Yangon, Myanmar
03. TCEB managed the MOU Signing Ceremony to promote the MICE and Tourism Industry between TCEB and the Ministry of Tourism and Sports, on 17 September 2014
04. TCEB managed the 1st Domestic MICE Mart in five MICE Cities.
 - Bangkok
 - Chiang Mai
 - Khon Kaen
 - Pattaya
 - Phuket
05. TCEB designed and managed the TCEB Booth at the ITU World 2013, 19-22 November 2013

ส่วนงานบริหารกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

01. บริหารจัดการคูหานิทรรศการประเทศไทยสำหรับงานเทรดโชว์ จำนวน 7 งาน ประกอบด้วย
 - IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2013
 - IMEX America 2013
 - EIBTM 2013
 - AIME 2014
 - GIBTM 2014
 - IT&CM China 2014
 - IMEX 2014
 - CIBTM 2014
02. บริหารจัดการงานพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างสสพ. และ UMFCCI ณ กรุงย่างกุ้ง สหภาพเมียนมาร์ เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2557
03. บริหารจัดการพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยว ระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กก.) และ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสปน.) เมื่อวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2557
04. บริหารจัดการงานไมซ์มาร์ท ครั้งที่ 1 ใน 5 จังหวัดเมืองไมซ์ซิตี้ ประกอบด้วย
 - กรุงเทพมหานคร
 - เชียงใหม่
 - ขอนแก่น
 - พัทยา
 - ภูเก็ต
05. บริหารจัดการงาน ITU World 2013 สร้างคุหาประชาสัมพันธ์สสพ. ในงานนิทรรศการ ITU World 2013 ระหว่างวันที่ 19-22 พฤศจิกายน 2556

Meetings Industry Department

ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม



Meetings Industry Performance in 2014

During the 2014 fiscal year, the meetings industry department continued to support a wide range of meetings in Thailand, attracting a combined total of 89,734 international MICE travellers, and earning the Thai economy a total of 7,978 million baht. More specifically, TCEB provided support to 226 corporate meetings and incentive travel events, which accounted for 55,383 international MICE travellers, generating 4,581 million baht, and 98 conventions, which attracted 34,351 international MICE travellers, generating 3,397 million baht for the Thai economy.

ภาพรวมผลการดำเนินงานฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมประชุม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม สสปท. ได้ดำเนินการสนับสนุนการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล และการประชุมนานาชาติในประเทศไทย โดยสามารถดึงดูดผู้ร่วมงานจากต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยจำนวน 89,734 ราย คิดเป็นรายได้จำนวน 7,978 ล้านบาท โดยสามารถแบ่งสัดส่วนเป็นงานที่ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุมดำเนินการสนับสนุนคิดเป็นงานประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ สสปท. สนับสนุน จำนวน 226 งาน มีผู้ร่วมงานจากต่างชาติจำนวน 55,383 ราย คิดเป็นรายได้จำนวน 4,581 ล้านบาท ขณะที่งานประชุมนานาชาติได้รับการสนับสนุนจากสสปท. จำนวน 98 งาน มีผู้ร่วมงานต่างชาติ 34,351 ราย คิดเป็นรายได้จำนวน 3,397 ล้านบาท

TCEB Support for Meetings



Meetings and Incentive Travel

TCEB supported 226 meetings and incentive travel events in Thailand via the event support subsidy scheme. The 55,383 business travellers in these events generated earnings of 4,581 million baht.

Conventions

TCEB supported 98 international conventions, attracting 34,351 delegates and generating earnings of 3,397 million baht.

Marketing Activities and Marketing Promotion

Trade Shows

In 2014, TCEB joined nine industry-leading trade shows and provided support to private sector organisations in the following events to promote Thailand as a premiere destination for meetings events, to participate in business matching platforms between Thai MICE operators and prospect customers.

01. Incentive Travel and Conventions, Meetings Asia & Corporate Travel World Asia-Pacific (IT&CMA and CTW Asia-Pacific) 2013, Bangkok
(62 Thai operators generated business leads that attracted a total of 11,255 international MICE travellers)

การสนับสนุนการประชุม

ส่วนงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ส่วนงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลดำเนินการให้การสนับสนุนกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เข้าร่วมการประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่จัดขึ้นในประเทศไทย จำนวน 226 งาน มีผู้ร่วมงานจากต่างชาติจำนวน 55,383 ราย คิดเป็นรายได้จำนวน 4,581 ล้านบาท

ส่วนงานการประชุมนานาชาติ

ส่วนงานการประชุมนานาชาติดำเนินการสนับสนุน การจัดงาน ประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำนวน 98 งาน มีผู้ร่วมงานจากต่างชาติจำนวน 34,351 ราย คิดเป็นรายได้จำนวน 3,397 ล้านบาท



กิจกรรมการตลาดและการส่งเสริมตลาด

งานเทรดโชว์

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุมได้เข้าร่วมงานเทรดโชว์และสนับสนุนภาคเอกชนเข้าร่วมงานเทรดโชว์สำคัญๆ ทั้งในระดับโลกและภูมิภาค จำนวน 9 งาน เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายของการจัดงานประชุม และสนับสนุนให้เกิดการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและลูกค้าต่างชาติ มีรายละเอียด ดังนี้

01. Incentive Travel and Conventions, Meetings Asia & Corporate Travel World Asia-Pacific (IT&CMA and CTW Asia-Pacific) 2013 กรุงเทพมหานคร
ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 62 ราย นักเดินทางกลุ่มไมซ์จาก Business Lead ประมาณ 11,255 ราย



02. Incentive Travel and Conventions, Meetings Asia & Corporate Travel World Asia-Pacific (IT&CMA and CTW Asia-Pacific) 2014, Bangkok
61 Thai operators generated business leads that attracted a total of 25,357 international MICE travellers

03. America's Worldwide Exhibition for Meetings, Incentives Travel & Events (IMEX America), Las Vegas, USA
5 Thai operators generated business leads that attracted a total of 20,485 international MICE travellers

04. The Global Meetings & Incentives Exhibition (EIBTM), Barcelona, Spain
13 Thai operators generated business leads that attracted a total of 26,395 international MICE travellers

05. Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo (AIME), Melbourne, Australia
28 Thai operators generated business leads that attracted a total of 6,880 international MICE travellers

02. Incentive Travel and Conventions, Meetings Asia & Corporate Travel World Asia-Pacific (IT&CMA and CTW Asia-Pacific) 2014 กรุงเทพมหานคร
ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 61 ราย คิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จาก Business Lead ประมาณ 25,357 ราย

03. America's Worldwide Exhibition for Meetings, Incentives Travel & Events (IMEX America) ลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา
ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 5 ราย คิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จาก Business Lead ประมาณ 20,485 ราย

04. The Global Meetings & Incentives Exhibition (EIBTM) บาร์เซโลนา สเปน
ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 13 ราย คิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จาก Business Lead ประมาณ 26,395 ราย

05. Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo (AIME) เมลเบิร์น ออสเตรเลีย
ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 28 ราย คิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จาก Business Lead ประมาณ 6,880 ราย



06. Incentive, Business Travel & Meetings Expo (IBTM), Abu Dhabi, UAE

(5 Thai operators generated business leads that attracted a total of 16,450 international MICE travellers)

07. Incentive Travel and Conventions, Meetings China (IT&CM China), Shanghai, China

(7 Thai operators generated business leads that attracted a total of 7,640 international MICE travellers)

08. The Worldwide Exhibition for Incentives Travel, Meetings & Events (IMEX), Frankfurt, Germany

(20 Thai operators generated business leads that attracted a total of 16,145 international MICE travellers)

09. The China Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition (CIBTM), Beijing, China

(5 Thai operators generated business leads that attracted a total of 24,105 international MICE travellers)

06. Incentive, Business Travel & Meetings Expo (IBTM) อาบูดาบี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 5 ราย คิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จาก Business Lead ประมาณ 16,450 ราย

07. Incentive Travel and Conventions, Meetings China (IT&CM China) เซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 7 ราย คิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จาก Business Lead ประมาณ 7,640 ราย

08. The Worldwide Exhibition for Incentives Travel, Meetings & Events (IMEX) แฟรงก์เฟิร์ต ประเทศเยอรมนี

ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 20 ราย คิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จาก Business Lead ประมาณ 16,145 ราย

09. The China Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition (CIBTM) ปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 5 ราย คิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ จาก Business Lead ประมาณ 24,105 ราย



Roadshows

During the 2014 fiscal year, TCEB organised a total of 13 roadshows. Of these, 10 were meetings and incentive travel roadshows in Australia, Japan, Malaysia, Singapore, the Philippines, Indonesia, India, China, Russia, and Europe, in which 143 Thai MICE operators also participated, attracting a total of 1,080 buyers. Another three were conventions roadshows were held in Japan, Indonesia, and Europe, with a total of 90 buyers.

Marketing Promotion and Development

01. The appointment of TCEB's overseas representatives in Japan, India, Singapore, and Russia.
02. The organisation of 13 familiarisation inspection trips, of which four were targeting meetings and incentive travel buyers, and nine targeted conventions buyers.
03. The implementation of the Mega Event support Scheme to attract large-scale meetings and incentive travel events that comprised a minimum of 1,000 participants per group, and a Visitor Promotion campaign that attracted international associations and stakeholders, especially from ASEAN+6 member countries, to join events in Thailand.
04. The organisation of Connections Plus to promote the meetings and incentive travel sectors, while showcasing the readiness and capabilities of Thailand as a diverse MICE destination. 48 international delegates joined the event in Bangkok and Phuket.

งานโรดโชว์

ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุมเข้าร่วมงานโรดโชว์ จำนวน 13 งาน แบ่งเป็นงานโรดโชว์ของส่วนงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 10 งาน ประกอบด้วยงานโรดโชว์ในประเทศออสเตรเลีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย อินเดีย สาธารณรัฐประชาชนจีน รัสเซียและยุโรป โดยมีผู้ประกอบการจากประเทศไทยเข้าร่วมงานรวมทั้งสิ้น 143 ราย จำนวนผู้ซื้อ 1,080 ราย สำหรับงานโรดโชว์ของส่วนงานการประชุมนานาชาติ มีจำนวน 3 งาน ประกอบด้วยงานโรดโชว์ในประเทศญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และยุโรป มีจำนวนผู้ซื้อเข้าร่วมงาน 90 ราย

การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนา

01. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ ประกอบด้วยญี่ปุ่น อินเดีย สิงคโปร์และรัสเซีย
02. จัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์และแสดงศักยภาพของประเทศไทยให้กับกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ (Familiarization and Inspection Trips) จำนวน 13 ครั้ง โดยเป็นกิจกรรมของส่วนงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 4 ครั้ง และส่วนงานการประชุมนานาชาติ จำนวน 9 ครั้ง
03. ดำเนินแผนงาน Mega Event เพื่อดึงดูดงานประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมงานอย่างน้อย 1,000 คนให้มาจัดงานในประเทศไทยและดำเนินแผนงาน Visitor Promotion Campaign เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มวิชาชีพและผู้สนใจจากกลุ่มประเทศอาเซียน+6 เดินทางมาร่วมงานการประชุมนานาชาติในประเทศไทย
04. จัดกิจกรรมประจำปี Connection Plus ของส่วนงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อแสดงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการจัดงานประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ณ กรุงเทพมหานคร และภูเก็ต มีกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติเข้าร่วมงาน 48 ราย

05. The organisation of a Meetings Industry Day to highlight the performance and global meetings and incentive travel trends to 193 Thai MICE operators. The event also served as an effective platform for industry networking.
06. The development of six marketing promotion assets, comprising advertorials to showcase Bangkok, Pattaya, and Hua Hin in key European MICE publications, and an online promotion targeting medical association meetings planners in the US market.
07. The maintenance of memberships of key industry associations including the International Congress and Convention Association (ICCA), the Union of International Associations (UIA), the Professional Convention Management Association (PCMA), the Society for Incentive Travel Excellence (SITE), Meeting Professionals International (MPI), and the Global Business Travel Association (GBTA). TCEB joined five annual meetings to develop networking among member organisations and participated in three marketing activities to promote Thailand on the world stage.
05. จัดกิจกรรมประจำปี Meetings Industry Day เพื่อรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมการประชุมของประเทศไทยและแนวโน้มอุตสาหกรรมการประชุมในต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการจำนวน 193 ราย และเป็นเวทีให้ผู้ประกอบการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์
06. จัดทำผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาดจำนวน 6 ชิ้นงาน อาทิ การประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ของประเทศไทยเพื่อรองรับการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการประชุมนานาชาติ ณ กรุงเทพมหานคร พัททยาและหัวหิน ในสื่อสิ่งพิมพ์อุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดยุโรป และการประชาสัมพันธ์ภารกิจของ สสปน. บนสื่อออนไลน์เจาะกลุ่มผู้วางแผนการประชุมนานาชาติด้านการแพทย์ในตลาดอเมริกา
07. คงสมาชิกภาพในสมาคมที่เกี่ยวข้อง อาทิ International Congress and Convention Association (ICCA), Union of International Associations (UIA), Professional Convention Management Association (PCMA), Society for Incentive Travel Excellence (SITE), Meeting Professionals International (MPI), Global Business Travel Association (GBTA) และเข้าร่วมการประชุมประจำปีของสมาคมจำนวน 5 ครั้งเพื่อเพิ่มพูนความรู้และสร้างเครือข่ายภายในกลุ่มสมาชิก รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมการตลาดและจัดกิจกรรมร่วมกับสมาคม จำนวน 3 ครั้งเพื่อประชาสัมพันธ์ สสปน. และประเทศไทย





Event Highlights in 2014

Thailand's major meetings industry events consisted of mega-sized meetings with more than 1,000 international delegates and the biggest Asia-Pacific MICE tradeshow.

Meetings and Incentive Travel Events

- **Jeunesse Expo Thailand – Annual World Conference 2013**
3,968 participants generated revenue of 353,152,000 baht
- **Herbalife Asia-Pacific Active World Team University 2013**
12,916 participants generated revenue of 1,149,524,000 baht
- **Holcim Serasi**
1,070 participants generated revenue of 95,230,000 baht
- **Herbalife Future President's Team Retreat**
1,681 participants generated revenue of 149,609,000 baht
- **World Venture**
1,265 participants generated revenue of 112,585,000 baht

งานสำคัญปี 2557

งานสำคัญในรอบปี 2557 ของฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุมเป็นงานการประชุมขนาดใหญ่ที่มีผู้ร่วมงานจากต่างประเทศมากกว่า 1,000 ราย หรืองาน Mega Size และงานเทรดโชว์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ประกอบด้วย

งานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

- **Jeunesse Expo Thailand – Annual World Conference 2013**
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 3,968 ราย ประเมินการรายได้ 353,152,000 บาท
- **Herbalife Asia-Pacific Active World Team University 2013**
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 12,916 ราย ประเมินการรายได้ 1,149,524,000 บาท
- **Holcim Serasi**
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 1,070 ราย ประเมินการรายได้ 95,230,000 บาท
- **Herbalife Future President's Team Retreat**
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 1,681 ราย ประเมินการรายได้ 149,609,000 บาท
- **World Venture**
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 1,265 ราย ประเมินการรายได้ 112,585,000 บาท

Conventions

- Asia Fitness Convention
830 participants generated estimated revenue of 82,103,268 baht
- 9th Asian Interventional Cardiovascular Therapeutics
471 participants generated estimated revenue of 46,591,131 baht
- 5th International Conference on Fixed Combination in the Treatment of Hypertension, Dyslipidemia and Diabetes Mellitus
536 participants generated estimated revenue of 53,020,905 baht
- 23rd World Professional Association for Transgender Health (23rd WPATH 2014)
502 participants generated estimated revenue of 49,657,639 baht
- ADFEST 2014
834 participants generated estimated revenue of 82,498,946 baht
- IUPAC World Polymer Congress 2014, the 45th International Symposium on Macromolecules (MACRO 2014)
667 participants generated estimated revenue of 65,979,373 baht
- International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014
2,002 participants generated estimated revenue of 198,037,039 baht

งานการประชุมนานาชาติ

- Asia Fitness Convention
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 830 ราย ประมาณการรายได้ 82,103,268 บาท
- 9th Asian Interventional Cardiovascular Therapeutics
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 471 ราย ประมาณการรายได้ 46,591,131 บาท
- 5th International Conference on Fixed Combination in the Treatment of Hypertension, Dyslipidemia and Diabetes Mellitus
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 536 ราย ประมาณการรายได้ 53,020,905 บาท
- 23rd World Professional Association for Transgender Health (23rd WPATH 2014)
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 502 ราย ประมาณการรายได้ 49,657,639 บาท
- ADFEST 2014
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 834 ราย ประมาณการรายได้ 82,498,946 บาท
- IUPAC World Polymer Congress 2014, the 45th International Symposium on Macromolecules (MACRO 2014)
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 667 ราย ประมาณการรายได้ 65,979,373 บาท
- International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014
ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 2,002 ราย ประมาณการรายได้ 198,037,039 บาท

Bids Won in 2014

In line with the corporate ‘Win’ strategy, TCEB won a total of 19 bids during the 2014 fiscal year.

การประมูลสิทธิ์งานประจำปี 2557

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุมสามารถดึงงานการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และชนะการประมูลสิทธิ์จัดงานประชุมนานาชาติ จำนวน 19 งาน ดังนี้

Year ปีที่จัดงาน	Events งาน
2014/2557	AIIGMA Meeting
2014/2557	The Asia Pacific Airline Training Symposium (APATS) 2014
2014/2557	Seventh-day Adventist Division Wide Pastoral Convention 2014
2014/2557	The IEEEJ 3rd Image Electronics and Visual Computing Workshop (IEVC 2014)
2015/2558	Asian Federation for Pharmaceutical Sciences (AFPS)
2015/2558	Highlights of ASH in Asia 2015
2015/2558	IEEE PES ISGT Asia 2015
2015/2558	The 3 rd International Secondary Lead Conference
2015/2558	The 16 th Asian Battery Conference and Exhibition
2015/2558	One Young World 2015
2015/2558	1 st Critical Infrastructure Protection & Resilience
2016/2559	Asia Pacific Society of Respiriology (APSR) 2016
2016/2559	International Conference of Language and Social Psychology (ICLASP) 2016
2017/2560	Convention of the Federation of Asian & Oceania Pest Managers Associations (FAOPMA 2017)
2017/2560	Wonca Asia Pacific Regional Conference 2017 (WONCA)
2017/2560	International Conference of Medical Physics 2017 (ICMP 2017)
2017/2560	World Federation for Physical Therapy Asia Western Pacific Region (WCPT-AWP)
2018/2561	World Association for Zoos and Aquariums (WAZA)
2018/2561	The 11 th Asia Pacific Congress of Allergy, Asthma and Clinical Immunology (APAACI) 2018

Exhibitions Department

ฝ่ายการแสดงสินค้านานาชาติ



Exhibitions Performance in 2014

In 2014, TCEB continued to reinforce Thailand's image as an exhibitions industry platform for the ASEAN Economic Community. According to UFI (the Global Association of the Exhibition Industry) in 2014 Thailand was number one in ASEAN, and number eight in Asia, with a total of 506,250 net square metres sold. In addition, the average size per fair in Thailand was 6,575 square metres, nearly double Singapore and Malaysia.

ภาพรวมผลการดำเนินงานส่งเสริมการแสดงสินค้านานาชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ฝ่ายการแสดงสินค้านานาชาติ ยังคงนโยบายมุ่งสร้างภาพลักษณ์และโอกาสทางธุรกิจให้กับประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งสมาคมการแสดงสินค้าโลก (UFI) ประจำปี 2557 เผยผลสำรวจอุตสาหกรรมแสดงสินค้าทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยยังคงครองอันดับ 1 ในอาเซียนและอันดับ 8 ในภูมิภาคเอเชีย ในด้านพื้นที่ขายเชิงพาณิชย์สุทธิ (Net Square Metre Sold) ด้วยขนาดพื้นที่ขายรวมทั้งสิ้น 506,250 ตร.ม. อีกทั้งยังมีขนาดพื้นที่เฉลี่ยต่อการจัดงาน 1 งานสูงถึง 6,575 ตร.ม. มากกว่าสิงคโปร์และมาเลเซียเกือบ 2 เท่า

The exhibition industry in Thailand accounted for 18 per cent of the total MICE industry. During the 2014 fiscal year, lucrative exhibitions attracted 157,996 international visitors, generating revenue of 452 million baht. The top five source countries were Japan, Malaysia, China, Singapore, and India. TCEB also put in place a strategy to penetrate target markets in both primary and secondary cities in China, India, and ASEAN member countries.

อุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ มีสัดส่วนในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย คิดเป็นร้อยละ 18 โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจากต่างชาติและรายได้ทางตรงเข้าประเทศ (ไม่รวมรายได้จากการซื้อขายภายในงาน) จำนวน 157,996 คน คิดเป็นรายได้ 452 ล้านบาท โดย อุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติของไทย มีสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจากต่างประเทศสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน สิงคโปร์ และอินเดีย ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ฝ่ายการแสดงสินค้านานาชาติเดินทางกลยุทธ์การบุกตลาดโดยแบ่งตลาดออกเป็นตลาดหลักและตลาดรอง โดยเป้าหมายตลาดหลัก ได้แก่ จีน อินเดีย และประเทศในภูมิภาคอาเซียน



Marketing Activities and Marketing Promotion

Roadshows

Organiser Markets

- France
- UK

Visitor Markets

- Myanmar
- Malaysia
- Vietnam
- Indonesia
- The Philippines

Event Support

- China Expo Forum for International Cooperation (CEFCO), China
- Exhibition and Convention Executives Forum (ECEP), and Society of Independent Show Organisers (SISO), US
- Singapore MICE Forum, Singapore
- UFI's Diamond Sponsor for Asian and European markets



กิจกรรมการตลาดและการส่งเสริมตลาด

งานโรดโชว์

ตลาดผู้จัดงาน (Organiser Market)

- ฝรั่งเศส
- อังกฤษ

ตลาดผู้เข้าร่วมงาน (Visitor Market)

- เมียนมาร์
- มาเลเซีย
- เวียดนาม
- อินโดนีเซีย
- ฟิลิปปินส์

การให้การสนับสนุน

- China Expo Forum for International Cooperation (CEFCO) ประเทศจีน
- Exhibition and Convention Executives Forum (ECEP) และ Society of Independent Show Organisers (SISO) ประเทศสหรัฐอเมริกา
- Singapore MICE Forum ประเทศสิงคโปร์
- UFI's Diamond Sponsor สำหรับตลาดเอเชียและยุโรป



Event Highlights in 2014

Roadshows

- Thailand Moves Forward Roadshow, the Philippines
- Memorandum of Understanding (MOU), Myanmar

Trade Shows

- Metalex
- ProPak Asia
- Manufacturing Expo
- Intermach
- Renewable Energy Asia

งานสำคัญปี 2557

งานโรดโชว์

- กิจกรรมโรดโชว์เพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นประเทศไทย ณ ประเทศฟิลิปปินส์
- กิจกรรมการลงนามความร่วมมือ ณ กรุงย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์

งานเทรดโชว์

- Metalex
- ProPak Asia
- Manufacturing Expo
- Intermach
- Renewable Energy Asia

Marketing Promotion

Connect Businesses Campaign

- Launched in January 2014, the Connect Businesses campaign aimed to attract international visitors, associations, federations, and travel representatives from ASEAN+6 and BIMSTEC member countries to join and take part in business matching sessions during exhibitions in Thailand.

Be My Guest Campaign

- A quick win visitor promotion for organisers to attract key international buyers or visitors to exhibitions and trade shows in Thailand.

Bids Won in 2014

TCEB won bids to host – and devised – 10 new shows, and upgraded 31 exhibitions in 2014.

Bids Won

Exhibitions Division

- UFI Asian CEO Golf Friendship Cup (March 2015)

International Festivals and Mega Events Division

- Bangkok World Puppet Carnival 2014
- Sustainable Brand 2015

New Shows Supported by TCEB

Exhibitions

- EcoLightTech Asia 2013
- Pulire 2014
- Beyond Beauty 2014
- Pharmex 2014

International Festivals and Mega Events Division

- 11th World Film Festival of Bangkok
- Bangkok International Digital Content Festival
- Creativities Unfold

แคมเปญส่งเสริมการตลาด

แคมเปญ Connect Businesses

- เปิดตัวครั้งแรก ในเดือนมกราคม 2557 และเป็นแคมเปญที่ใช้สำหรับดึงดูดกลุ่มผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติจากประเทศอาเซียนบวกหกและ BIMSTEC เพื่อร่วมงานและทำการจับคู่ธุรกิจภายในงานแสดงสินค้า กลุ่มเป้าหมายภายใต้แคมเปญ Connect Businesses ได้แก่ สมาคม สมาพันธ์ หอการค้า ตัวแทนด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

แคมเปญ Be My Guest

- เป็นแคมเปญสำหรับสนับสนุนผู้จัดงานแสดงสินค้าที่ได้รับการสนับสนุนจาก สสพ. ในการดึงดูดผู้ซื้อจากทั่วโลกเพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดในประเทศไทย

การประมูลสิทธิ์งานประจำปี 2557

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ฝ่ายการแสดงสินค้านานาชาติ สามารถชนะการประมูลสิทธิ์จัดงานแสดงสินค้านานาชาติและการสร้างงานใหม่ จำนวน 10 งาน และการยกระดับงานให้มีความเป็นนานาชาติมากขึ้น รวม 31 งาน

รายชื่องานที่ชนะการประมูลสิทธิ์

ส่วนงานแสดงสินค้านานาชาติ

- UFI Asian CEO Golf Friendship Cup (กำหนดจัดในเดือนมีนาคม 2558)

ส่วนงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนต์

- Bangkok World Puppet Carnival 2014
- Sustainable Brand 2015

รายชื่องานใหม่ที่ได้รับการสนับสนุน

ส่วนงานแสดงสินค้านานาชาติ

- EcoLightTech Asia 2013
- Pulire 2014
- Beyond Beauty 2014
- Pharmex 2014

ส่วนงานอีเวนต์และเฟสติวัล

- 11th World Film Festival of Bangkok
- Bangkok International Digital Content Festival
- Creativity Unfold

Upgrade Shows Supported by TCEB

- Power-Gen Asia
- Worlddidac Asia
- In-cosmetics Asia
- Defense & Security
- Metalex
- ASEAN (Bangkok) China Import & Export Commodities Fair
- Phuket International Boat Show (PIMAX)
- Rubber Technology Expo
- VICTAM 2014
- Asian Paper 2014
- Horti Asia 2014
- Propak Asia 2014
- InterMold Thailand 2014
- Industrial Components & Subcontracting 2014
- Assembly Technology 2014
- Automotive Manufacturing 2014
- InterPlas Thailand 2014
- NEPCON 2014
- GFT 2014
- AFT Asia 2014
- INTERMACH 2014
- Thailand Dive Expo 2014
- LED Expo Thailand
- Renewable Energy Asia 2014
- TFBO & TRAFS
- ISRMAX
- Recharge Expo
- BMAM
- Thailand Lab
- Food and Hotel Thailand
- GASMA

รายชื่องานที่ได้รับการยกระดับให้เป็นนานาชาติมากขึ้น

- Power-Gen Asia
- Worlddidac Asia
- In-cosmetics Asia
- Defense & Security
- Metalex
- ASEAN (Bangkok) China Import & Export Commodities Fair
- Phuket International Boat Show (PIMAX)
- Rubber Technology Expo
- VICTAM 2014
- Asian Paper 2014
- Horti Asia 2014
- Propak Asia 2014
- InterMold Thailand 2014
- Industrial Components & Subcontracting 2014
- Assembly Technology 2014
- Automotive Manufacturing 2014
- InterPlas Thailand 2014
- NEPCON 2014
- GFT 2014
- AFT Asia 2014
- INTERMACH 2014
- Thailand Dive Expo 2014
- LED Expo Thailand
- Renewable Energy Asia 2014
- TFBO & TRAFS
- ISRMAX
- Recharge Expo
- BMAM
- Thailand Lab
- Food and Hotel Thailand
- GASMA

Domestic MICE Department

ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ



Domestic MICE Performance in 2014

In 2014, TCEB reemphasized its vision to elevate Thailand's MICE sector and move towards high quality markets, in line with the bureau's three corporate strategies; under the Win strategy, TCEB continued to stimulate more domestic MICE events; under the Promote strategy, TCEB aimed to form the perception that hosting domestic MICE events in Thailand is second to none; and under the Develop strategy, TCEB committed to strengthening the capabilities of the domestic industry towards excellence, while educating members of the public of the benefits of the industry. In 2014, Thailand attracted 14,508,175 domestic MICE travellers, generating total revenue of 31,494 million baht.

ภาพรวมผลการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศได้กำหนดแนวทางส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการยกระดับไมซ์สู่ตลาดคุณภาพ ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ (1) WIN: เดินหน้ากระตุ้นให้เกิดการจัดงานไมซ์คุณภาพในประเทศไทย (2) PROMOTE: สื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อปรับทัศนคติของชาวไทยให้เล็งเห็นว่าการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยสามารถจัดได้อย่างมีคุณภาพไม่แพ้จุดหมายใดในโลก (3) DEVELOP: พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์สู่ความเป็นเลิศทั้งระบบ รวมถึงให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่การจัดงานไมซ์ ภายใต้แผนการดำเนินการเชิงรุกต่างๆ ทำให้ประเทศไทยมีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศจำนวน 14,508,175 คน คิดเป็นรายได้ 31,494 ล้านบาท

01. Win Strategy

TCEB supported domestic exhibitions in the country's key industries through cloning or upgrading domestic exhibitions in Bangkok to upcountry, as well as devising new shows.

02. Promote Strategy

2.1 To promote domestic meetings (D-MICE) as a driver of economic growth

TCEB organised the 1st Domestic MICE Mart (D-MICE Mart) to provide a platform to stimulate domestic MICE businesses, together with the launch of the D-MICE Package campaign, the Meetings in Thailand Mobile Unit, support of D-MICE strategic partner activities, and familiarisation trips to targeted destinations across Thailand.

2.2 To develop MICE Cities Marketing

Implemented marketing and promotions to showcase Thailand's MICE Cities through participation in trade shows and roadshows, as well as organised sales activities to stimulate meetings and seminars in MICE Cities.



01. การดีจวาม (Win)

ส่งเสริมงานแสดงสินค้าจากอุตสาหกรรมที่เป็นจุดแข็งของประเทศ (Domestic Exhibition) ผ่านการกระจายงาน หรือยกระดับการแสดงสินค้าจากกรุงเทพฯ สู่ภูมิภาค รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนางานใหม่



02. การส่งเสริม (Promote)

2.1 ส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนา เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ (Domestic MICE)

ดำเนินโครงการ D-MICE Mart เพื่อสร้างเวทีเจรจาธุรกิจ รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการจัดประชุมสัมมนา (D-MICE Package Campaign) กิจกรรมสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนานว่งงานภาคี D-MICE กิจกรรมออกบูธเคลื่อนที่เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการประชุมเมืองไทย (Mobile Unit) และกิจกรรม Familiarization Trip เยี่ยมชมศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ณ จุดหมายการจัดกิจกรรมดีไมซ์ทั่วประเทศ

2.2 ส่งเสริมการค้าตลาดเมืองไทย

ดำเนินงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์และแสดงศักยภาพของเมืองผ่านการเข้าร่วมงานเทรดโชว์ และโรดโชว์ อีกทั้งยังจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการจัดประชุมสัมมนาในไมซ์ซิตี้

03. Develop Strategy

3.1 To elevate Domestic MICE standards

TCEB studied its strategic direction and development plan to strengthen the domestic MICE industry, together with stakeholder organisations and associations to elevate the competitiveness of local operators. In addition, the domestic destination management company (D-DMC) handbook was also initiated.

3.2 To develop and standardize MICE Cities

TCEB studied the requirements of MICE Cities, and provided support and direction for infrastructure development in the domestic MICE industry, as well as developing a comprehensive MICE Database Centre.

03. การพัฒนา (Develop)

3.1 โครงการพัฒนายกระดับมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนาในประเทศ

ดำเนินการศึกษากำหนดทิศทางการดำเนินการและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกับหน่วยงาน/สมาคมที่มีส่วนได้เสียและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ในประเทศ รวมถึงจัดทำคู่มือมาตรฐาน D-DMC

3.2 โครงการส่งเสริมพัฒนาและยกระดับมาตรฐานไมซ์ซิตี้ด้านการประชุมและนิทรรศการ (MICE Cities)

ดำเนินการศึกษาเกณฑ์มาตรฐานไมซ์ซิตี้ พร้อมส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ และสร้างระบบฐานข้อมูลด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Center)

Domestic MICE Activity Highlights in 2014

Domestic Meetings, Incentive Travel, and Conventions (D-MIC)

- The 1st Domestic MICE Mart 2014
 - Bangkok, 25 March 2014, Royal Paragon Hall, Bangkok
 - Chiang Mai, 7 May 2014, Chiang Mai International Exhibition and Convention Centre, Chiang Mai
 - Khon Kaen, 12 June 2014, Pullman Khon Kaen Raja Orchid, Khon Kaen
 - Pattaya, 4 July 2014, Pattaya Exhibition and Convention Hall (Peach), Pattaya
 - Phuket, 1 August 2014, Angsana Laguna Phuket Hotel, Phuket



กิจกรรมไฮไลท์



การประชุม สัมมนา ในประเทศ (D-MIC)

- งานไทยแลนด์ ไมซ์มาร์ท ครั้งที่ 1
 - กรุงเทพฯ วันที่ 25 มีนาคม 2557 ณ รอยัล พารากอน ฮอลล์
 - เชียงใหม่ วันที่ 7 พฤษภาคม 2557 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเชียงใหม่
 - ขอนแก่น วันที่ 12 มิถุนายน 2557 ณ โรงแรมพูลแมน ราชธานี ๑ ขอนแก่น
 - พัทยา วันที่ 4 กรกฎาคม 2557 ณ ศูนย์ประชุมพีช พัทยา
 - ภูเก็ต วันที่ 1 สิงหาคม 2557 ณ โรงแรมอังกสนา จ.ภูเก็ต

- The 31st Thai Provincial Chamber of Commerce Seminar, 22 November 2013, Trang
- The Thailand Tourism Festival 2014 (TTF 2014), 4-8 June 2014, Challenger Hall 1-3, IMPACT, Bangkok
- The CLMV – New Market Opportunities for Thai Brands Seminar, 12 September 2014, Pullman Khon Kaen Raja Orchid, Khon Kaen

Domestic Exhibitions (D-Exhibition)

- The Horti Asia Roadshows under the Horti Asia on the Move project that cloned domestic exhibitions across the country.
 - Nakhon Sri Thammarat, 21 November 2013, Twin Lotus Hotel, Nakhon Si Thammarat
 - Ratchaburi, 16 January 2014, The Blooms Orchid Park, Ratchaburi
 - Udonthani, 23 January 2014, Centara Hotel & Convention Centre, Udon Thani
 - Chiang Mai, 13 February 2014, Imperial Mae Ping Hotel, Chiang Mai
- Thailand Toy Expo 2014 (newly invented show), 30 April - 4 May 2014, CentralWorld, Bangkok



- I-San Book Fair (upgraded show), held by The Publishers and Booksellers Association of Thailand (PUBAT), 16-24 August 2014, Golden Jubilee Convention Hall, Khon Kaen University

- งานสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 31 วันที่ 22 พฤศจิกายน 2556 ณ จังหวัดตรัง
- งาน “เทศกาลเที่ยวเมืองไทย” TTF2014 วันที่ 4-8 มิถุนายน 2557 ณ Challenger 1-3 IMPACT
- กิจกรรม “CLMV ทิศทางการลงทุนใหม่ของแบรนด์ไทย” วันที่ 12 กันยายน 2557 ณ โรงแรมพูลแมน จังหวัดขอนแก่น



การแสดงสินค้าในประเทศ (D-Exhibition)

- โครงการ Road Show Horti Asia ดำเนินการสนับสนุนการจัดงานและมีกิจกรรมเกิดขึ้นภายใต้งาน “Horti Asia on the Move” ซึ่งกระจายการจัดงาน (Clone) ทั่วประเทศของไทย ประกอบด้วย
 - นครศรีธรรมราช วันที่ 21 พฤศจิกายน 2556 ณ โรงแรมทวินโลตัส จ. นครศรีธรรมราช
 - ราชบุรี วันที่ 16 มกราคม 2557 ณ สวนกล้วยไม้ จ. ราชบุรี
 - อุดรธานี วันที่ 23 มกราคม 2557 ณ โรงแรมเซ็นทาราและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ อุดรธานี
 - เชียงใหม่ วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2557 ณ โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง จ. เชียงใหม่
- Thailand Toy Expo 2014 จัดขึ้น ณ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นงานใหม่ (Invent) ที่มีการจัดงานแสดงสินค้าขึ้นในประเทศไทย วันที่ 30 เมษายน - 4 พฤษภาคม 2557 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ
- I-San Book Fair เป็นการยกระดับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าในประเทศ (Upgrade) ซึ่ง สสพ. ร่วมกับสมาคมผู้จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย จัดขึ้น ณ ศูนย์ประชุมเอนกประสงค์กาญจนาภิเษก มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น วันที่ 16-24 สิงหาคม 2557

MICE City Promotion

- The MICE City Criteria Development Project was initiated to be used as a measurement for MICE Cities' international standardization, and to further develop MICE Cities to ensure they are suitable for Thailand's capabilities.
- The Phuket MICE industry database pooled together relevant industry information to be utilised for the development of local MICE operators, and used for economic impact and employment in Phuket.
- The MICE City Breaks Guides, available in Thai and English, were developed as a tool to reach target audiences with the latest information on readiness and capabilities to host MICE events, while increasing the competitive edge of Thailand's five MICE Cities, including Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, Phuket, and Khon Kaen.
- The MICE Cities promotion in key trade shows such as The European Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition 2013 (EIBTM), Barcelona, Spain, The Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings & Events (IMEX) 2014, Frankfurt, Germany.

การส่งเสริมไมซ์ซิตี้

- โครงการจัดทำหลักเกณฑ์และแนวทางในการพัฒนาไมซ์ซิตี้ เพื่อเป็นการพัฒนามาตรฐานไมซ์ซิตี้ที่สามารถอ้างอิงกับไมซ์ซิตี้ในระดับนานาชาติ และเพื่อให้มีหลักเกณฑ์ในการจัดตั้งไมซ์ซิตี้ที่เหมาะสมกับศักยภาพของประเทศไทย มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาเมืองที่มีศักยภาพให้เป็นไมซ์ซิตี้ อีกทั้งกำหนดเส้นทางการพัฒนาสำหรับไมซ์ซิตี้สำหรับยกระดับให้เป็นจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ
- โครงการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อรวบรวมข้อมูลสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดภูเก็ต พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดภูเก็ตจากฐานข้อมูลที่ได้จัดเก็บไว้ และคำนวณผลกระทบทางเศรษฐกิจและการจ้างงานของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดภูเก็ต
- โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ไมซ์ซิตี้ (MICE City Breaks) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกกับกลุ่มตลาดเป้าหมายให้รับทราบถึงศักยภาพและความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย และเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดและทางธุรกิจให้กับเมืองไมซ์ทั้ง 5 เมือง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดขอนแก่น
- โครงการส่งเสริมการตลาดไมซ์ซิตี้ โดยการนำคณะผู้บริหารเมืองไมซ์ซิตี้เข้าร่วมงานเทรดโชว์ ได้แก่ งาน The European Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition 2013 (EIBTM) ณ เมืองบาร์เซโลนา ราชอาณาจักรสเปน, งาน The Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings & Events (IMEX) 2014 ณ เมืองแฟรงค์เฟิร์ต สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

MICE Capabilities Department

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

MICE Capabilities Department Performance in 2014

In 2014, TCEB carried out a wide variety of development programs, producing outcomes that were in line with its mission, strategies, and policies.

01. MICE Academy MICE Curriculum

To improve MICE education throughout Thailand, TCEB continued to extend the development of the country's MICE Curriculum, established in 2012 when 48 educational institutes across the country signed Memorandums of Understanding (MOUs) to adopt the MICE 101 course along with the associated casebook into their study programs. In 2014, TCEB announced partnerships with an additional 31 vocational colleges, and two universities nationwide, resulting in the curriculum reaching a total of 81 educational institutes.

ผลการดำเนินงานฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์มีผลการดำเนินงานทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับพันธกิจและยุทธศาสตร์ของฝ่ายฯ ซึ่งมีผลการดำเนินงานโดยสรุป ดังนี้

01. ด้านการศึกษา

โครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากล

จากการต่อยอดโครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลจากปี 2555 ที่มีการลงนามกับสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศแล้ว 48 แห่งในการนำหนังสือและสื่อประกอบการเรียนการสอน “วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ” ไปบรรจุใช้ในการเรียนการสอน ในปี 2557 มีการขยายเป้าหมายไปยังกลุ่มสถาบันอาชีวศึกษาทั่วประเทศ โดยมีสถาบันอาชีวศึกษาทั่วประเทศ จำนวน 31 แห่งและมหาวิทยาลัยอีก 2 แห่ง เข้าร่วมลงนามความร่วมมือกับ สสพ. ในการนำหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลไปบรรจุในการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาของตน เป็นผลให้ในปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาทั่วประเทศเข้าร่วมโครงการแล้วทั้งสิ้น 81 แห่ง





Academic Exchange Program

Aimed at leveraging MICE education collaboration, knowledge sharing, and educational exchange, TCEB signed mutual agreements with leading international educational institutes and organisations from many countries across the globe, including the U.S (University of North Texas), Taiwan (eight universities and MICE organisations), and Japan (one educational institute).

Coach the Coaches for the MICE Industry

The Coach the Coaches for the MICE Industry workshop was held to help equip MICE Curriculum instructors with extra knowledge from industry experts, in order to teach MICE 101 with full efficiency. The workshop, held on 29-30 March 2014 in Phuket, was well received by 80 university lecturers. In addition, during 5-7 June 2014, TCEB also organised an open house event to provide information on MICE industry and MICE events by representatives from TICA, TEA, and EMA to 138 educational faculties, and interested members of the public.

MICE Casebook

TCEB joined forces with the MICE Course Board of industry experts to develop in-depth MICE knowledge through MICE case studies, to be used by participating educational institutes. In 2014, TCEB developed a total of seven case studies for the MICE Casebook.

โครงการแลกเปลี่ยนความร่วมมือด้านวิชาการนานาชาติ (Academic Exchange Program)

สสพ. ได้ลงนามความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานด้านไมซ์ ในต่างประเทศ ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยนอร์ทเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา 8 สถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานไมซ์ในประเทศไต้หวัน และ 1 สถาบันการศึกษาในประเทศญี่ปุ่น เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษาของไทยและต่างประเทศ ในการแลกเปลี่ยนความร่วมมือระหว่างกันทั้งในด้านวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตรเชิงปฏิบัติการด้านการจัดประชุมและนิทรรศการ (Coach the Coaches for the MICE Industry)

งานสัมมนาเชิงปฏิบัติการส่งเสริมศักยภาพอาจารย์ผู้สอนวิชาไมซ์แบบเข้มข้น โดยเชิญวิทยากรซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากอุตสาหกรรมไมซ์มาเป็นผู้บรรยาย เพื่อให้อาจารย์เข้าใจเนื้อหาหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลที่พัฒนาขึ้นอย่างลึกซึ้ง สามารถนำไปถ่ายทอดต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดขึ้นที่ภูเก็ตในวันที่ 29-30 มีนาคม 2557 มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 80 ราย และในวันที่ 5-7 มิถุนายน 2557 ได้จัดกิจกรรมเผยแพร่องค์ความรู้แก่บุคลากรภาคการศึกษาและผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการโดยวิทยากรซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากสมาคมด้านไมซ์ ได้แก่ TICA TEA และ EMA โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 138 ราย

โครงการพัฒนกรณีศึกษาด้านไมซ์ – MICE Case Book

สสพ. ร่วมมือกับคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรไมซ์ ต่อยอดองค์ความรู้ด้านไมซ์ในเชิงลึก โดยจัดทำเป็นกรณีศึกษาด้านไมซ์ขึ้น เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลสามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนด้านไมซ์เชิงลึกได้ โดยได้พัฒนกรณีศึกษาในปีที่แล้วเสร็จจำนวน 7 กรณีศึกษา

02. Trade Education

Exhibition Management Degree

The Global Association of the Exhibition Industry (UFI), has awarded TCEB the rights to provide educational training opportunities for exhibitions professionals through the UFI Exhibition Management Degree in Thailand, and appointed Thailand as an Asia-Pacific educational hub for three years (2012-2014). In 2014, 31 professionals from the exhibitions and trade fairs industry joined the course in Thailand.



IAPCO Regional Seminar

The International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO) teamed up with TCEB to provide training opportunities for professionals to obtain internationally-recognized accreditation in Thailand, an Asia-Pacific educational hub, for three years (2013-2015). A total of 57 participants joined the IAPCO Regional Seminar, held from 16-18 July, 2014.

Financial Support for Education of MICE Associations

TCEB supported 11 educational development programs for the Thai Exhibition Association (TEA), and the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) to develop specialised skills for their staff during the 2014 fiscal year.

02. ด้านธุรกิจ

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตร Exhibition Management Degree

สสพ. ได้รับลิขสิทธิ์จากสมาคม UFI ซึ่งเป็นสมาพันธ์สมาคมธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าโลก ตั้งอยู่ที่ประเทศฝรั่งเศส ในการจัดสัมมนาหลักสูตร EMD ในประเทศไทยและให้ไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาหลักสูตรนี้ในภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก เป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2555-2557 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าของไทยให้มีความรู้เทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยในปี 2557 มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น 31 ราย

โครงการจัดสัมมนาหลักสูตร IAPCO Regional Seminar

สสพ. ได้รับลิขสิทธิ์จากสมาคม IAPCO ซึ่งเป็นสมาคมด้านการจัดงานประชุมอย่างมืออาชีพนานาชาติ ในการจัดสัมมนาหลักสูตร IAPCO ในประเทศไทยและให้ไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาหลักสูตรนี้ในภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก เป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2556-2558 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการจัดประชุมของไทยให้มีความรู้เทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยในปี 2557 ได้จัดกิจกรรมขึ้นในวันที่ 16-18 กรกฎาคม 2557 มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น 57 ราย

โครงการสนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาให้แก่สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนสมาคมการแสดงสินค้า(ไทย) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย) ในด้านการพัฒนาบุคลากรของสมาคมฯ ในด้านที่เป็นทักษะเฉพาะทางประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 จำนวนทั้งสิ้น 11 หลักสูตร



03. Capabilities Plus

Capabilities Plus for the MICE Industry

TCEB supported the Secrets of Superior Service Seminar by Ron Kaufman to uplift the professional service standards of MICE industry executives. Held on 25 July 2014, the seminar welcomed 186 top management executives from MICE operators in Thailand.

In addition, TCEB also supported the IT Make Money Seminar to equip 107 MICE operators with knowledge about the latest IT technology and online media on 9 September 2014.

04. MICE Standards

International MICE Standard Accreditation

TCEB organised a seminar on the ISO 22301 Business Continuity Management Systems to introduce the standard to 240 Thai MICE operators on 29 April 2014.

Moreover, TCEB also supported the adoption of the TISI 22300 MICE Security Management Systems and ISO 20121: Event Sustainability Management Systems to one and three Thai MICE operators respectively.



03. ด้านการบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์

โครงการส่งเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจไมซ์

ฝ่ายฯ ได้ให้การสนับสนุนงานสัมมนา The Secrets of Superior Service เพื่อพัฒนาทักษะด้านการให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพให้แก่ผู้บริหารในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีวิทยากรระดับโลก คือ Ron Kaufman เป็นผู้บรรยาย และมีผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนทั้งสิ้น 186 ราย เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2557

นอกจากนี้ได้สนับสนุนการจัดงานสัมมนาไอทีทำเงิน เพื่อส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการใช้สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่สำหรับธุรกิจไมซ์ โดยมีผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น 107 ราย เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2557



04. ด้านมาตรฐานสากล

โครงการส่งเสริมองค์ความรู้และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้การรับรองด้านมาตรฐานสากลสำหรับไมซ์

โดยได้จัดกิจกรรมสัมมนา “การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในภาวะวิกฤติด้วยมาตรฐาน ISO 22301 Business Continuity Management Systems” โดยมีผู้ประกอบการไมซ์เข้าร่วมจำนวน 240 รายเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2557

นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไมซ์ไทยได้รับการรับรองมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของสถานที่จัดงานไมซ์จำนวน 1 ราย และมาตรฐานการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (ISO 20121: Event Sustainability Management System) จำนวน 3 ราย

Thailand MICE Venue Standard – Meeting Room

TCEB developed the Thailand MICE Venue Standard – Meeting Room Master Plan to ensure Thai meetings venues meet internationally recognized standards, as well as be used as a single measurement across the country. The Thailand MICE Venue Standard also served to help increase Thailand's competitiveness in light of the forthcoming ASEAN Economic Community.

05. MICE Sustainability

MICE Sustainability Master Plan

In order to help reduce the environmental impact of the MICE industry, TCEB commissioned internationally recognized experts in sustainability development to establish the MICE Sustainability Master Plan, and position Thailand as a world leader in the greening of the MICE industry.

06. ASEAN Economic Community

AEC Preparedness for MICE Operator Seminar

TCEB joined forces with the AEC for MICE Industry Committee, comprising public and private sector organisations, Convention Promotion Fund, Thailand Incentive and Convention Association, Thai Exhibition Association, Event Management Association, Thai Hotel Association, Ministry of Commerce's Department of Trade Negotiation, and Ministry of Tourism and Sports' Department of Tourism, to drive the Thai MICE sector and prepare Thai MICE operators for the forthcoming ASEAN Economic Community, both proactively and reactively. From 9-14 December 2014, TCEB led a group of Thai MICE operators to survey the business and investment opportunities, and foster networks among public and private sector counterparts in Laos and Vietnam.

โครงการจัดทำมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทย (MICE Venue Standard)

มีการพัฒนาแผนแม่บทในการจัดทำมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทย เพื่อพัฒนามาตรฐานห้องประชุมของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเพื่อให้ผู้ประกอบการได้นำไปใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศ และเป็นการเตรียมความพร้อมสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ

05. ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการพัฒนาแผนแม่บทการจัดงานที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การจ้างที่ปรึกษาระดับโลกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ช่วยศึกษาและพัฒนาแผนแม่บทด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อกำหนดตำแหน่งให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในโลก

06. ด้านการเตรียมความพร้อมรุก-รับมือในการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

โครงการสัมมนาเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ MICE ต่อการรวมกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

สสปน. ร่วมกับคณะทำงาน AEC For MICE Industry ระหว่างภาครัฐและเอกชน ประกอบด้วยกองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) สมาคมสร้างสรรค์การจัดงาน สมาคมโรงแรมไทย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมผลักดันและเตรียมความพร้อมทั้งรุกและรับตามกรอบความร่วมมือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเมื่อวันที่ 9-14 ธันวาคม 2556 ได้นำคณะผู้ประกอบการไมซ์ไทยเดินทางไปศึกษาสู่ทางการทำธุรกิจและการลงทุนในประเทศกลุ่มอาเซียน ตลอดจนจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายกับองค์กรธุรกิจและภาครัฐในประเทศลาวและเวียดนาม



The ASEAN MICE Venue Standard

TCEB participated in the ASEAN meeting and presented the draft of the Thailand MICE Venue Standard to be used as a model for the ASEAN standard, on 15-16 May 2014, in Legaspi, the Philippines. The consensus reached at the meeting allowed the use of Thailand MICE Venue Standard as the model for the ASEAN MICE Venue Standard.

โครงการผลักดันมาตรฐานห้องประชุมอาเซียน

สสพ. เข้าร่วมการประชุมผู้บริหารอาเซียน และได้นำเสนอร่างมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทยสำหรับผลักดันให้ใช้เป็นมาตรฐานของอาเซียน ในวันที่ 15-16 พฤษภาคม 2557 ณ เมืองเลกัสปี ประเทศฟิลิปปินส์ โดยที่ประชุมให้การยอมรับให้นำร่างมาตรฐานห้องประชุมประเทศไทยเป็นต้นแบบให้การพัฒนาเป็นมาตรฐานห้องประชุมอาเซียนต่อไป



Government and Corporate Affairs Department

ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



Government and Corporate Affairs Performance in 2014

One of TCEB's missions is to build cooperation between government agencies and private sector organisations to assure the delivery of mutual goals for the MICE industry, in line with TCEB's corporate vision.

01. MICE Lane Service at the Suvarnabhumi International Airport

The MICE Lane Service offers MICE travellers attending meetings and exhibitions in Thailand with both warm Thai hospitality and convenience. The TCEB Information Counter at the Suvarnabhumi International Airport also helps provide information and event details to arriving MICE travellers, and provides them with a positive first impression of Thailand.

ภาพรวมผลการดำเนินงานบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ มีภารกิจหลักในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสมาคมภาคเอกชน เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยเป็นไปอย่างราบรื่น สะดวกและคล่องตัวตรงตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของ สสพ. ในปี 2557 ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ มีภารกิจสำคัญประกอบด้วย

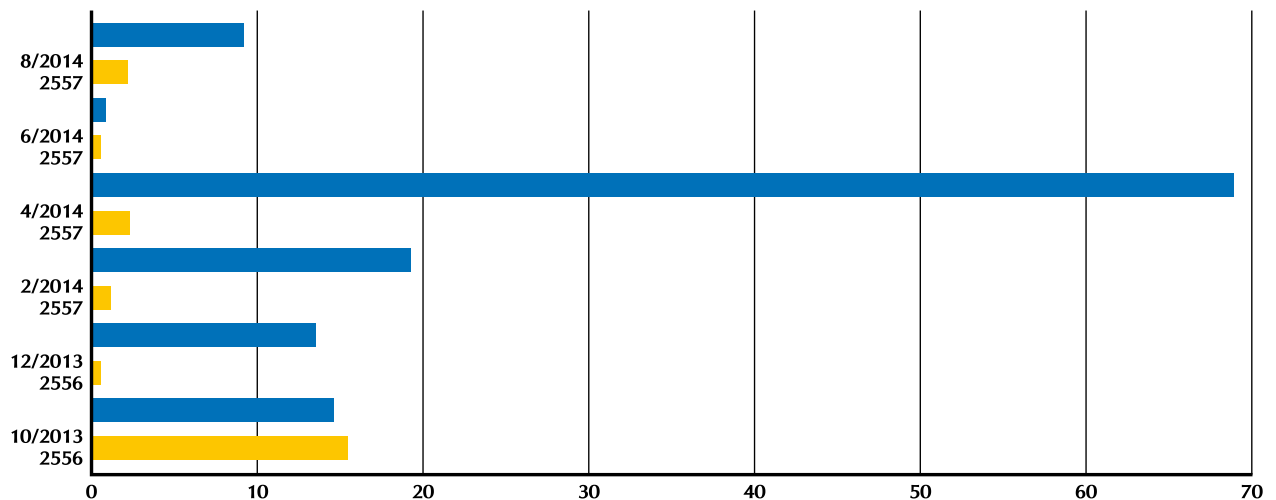
01. โครงการบริการ MICE Lane ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การให้บริการ MICE Lane ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาร่วมงานประชุมหรืองานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย โดยมีศูนย์ประสานงาน (TCEB Information Counter) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในการให้บริการด้านข้อมูลประชาสัมพันธ์และรายละเอียดการจัดงานต่างๆ แก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เดินทางและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย



Number of MICE Lane Service Recipients in 2014

ตารางภาพรวมจำนวนผู้ให้บริการ MICE Lane ในปี พ.ศ. 2557



Month เดือน	10/2013 2556	11/2013 2556	12/2013 2556	1/2014 2557	2/2014 2557	3/2014 2557	4/2014 2557	5/2014 2557	6/2014 2557	7/2014 2557	8/2014 2557	9/2014 2557
MICE Lane Users (100 pax) จำนวนผู้ให้บริการ (ร้อยละ)	15.53	14.68	0.46	13.60	1.09	19.35	2.25	69.57	0.48	0.75	2.09	9.17

02. Thai Team Roadshow 2014

Held as a part of TCEB's annual marketing and promotion activity, the Thai Team Roadshow brought together senior executives from government agencies including the Customs Department, the Department of Consular Affairs, the Immigration Bureau, and the Airports of Thailand PLC to help strengthen confidence among international MICE travellers, and to promote Thailand in the world arena. In 2014, TCEB organised two Thai Team Roadshows as follows;

02. โครงการ Thai Team Road Show 2014

โครงการ Thai Team Road Show 2014 เป็นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยที่ สสพ. จัดขึ้นในต่างประเทศเป็นประจำทุกปี โดยฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจได้นำคณะผู้บริหารจากหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐ ได้แก่ กรมศุลกากร กรมการกงสุล สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และบริษัท การท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน) เดินทางเข้าร่วมงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในต่างประเทศและเพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยภายใต้โครงการ Thai Team Road Show 2014 สำหรับในรอบปี พ.ศ. 2557 จัดกิจกรรมจำนวน 2 กิจกรรม ดังนี้

- TCEB's Thai Team Roadshow at the Global Meetings and Events Expo (EIBTM 2013), 19-23 November 2014, Barcelona, Spain.
- TCEB's Thai Team Roadshow: Trusted Traveller Program: TTP, 14-16 May 2014, Hong Kong.

03. ASEAN Networking on MICE: Public & Private Partnership

TCEB organised a networking activity to drive ASEAN's leadership position as a preferred regional MICE destination, bringing together government agencies from 10 ASEAN member states to leverage multifaceted collaboration among a strong public and private sector network. ASEAN Networking on MICE: Public and Private Partnership was held from 26-29 March 2014 at the Millennium Hilton Bangkok.



04. Thai Team Partnership Development

TCEB, along with government agencies, corporations, and private sector associations, worked hand in hand under the Thai Team initiative, to drive the MICE industry in a wide variety of activities in 2014.



- กิจกรรมนำคณะผู้บริหารหน่วยงานพันธมิตรร่วมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซ์ในงาน The Global Meetings and Events Expo (EIBTM 2013) จัดขึ้นระหว่างวันที่ 19-23 พฤศจิกายน 2556 ณ เมืองบาร์เซโลนา ราชอาณาจักรสเปน
- กิจกรรมนำคณะผู้บริหารหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐเข้าร่วมประชุมและหารือเกี่ยวกับนโยบายในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติในเรื่องการตรวจคนเข้าเมือง (Trusted Traveler Program: TTP) จัดขึ้นระหว่างวันที่ 14-16 พฤษภาคม 2557 ณ เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

03. โครงการ ASEAN Networking on MICE: Public & Private Partnership

เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐของอาเซียนใน 10 ประเทศ ในการส่งเสริมให้ภูมิภาคอาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ และเป็นเวทีสำหรับภาคเอกชนของไทย ได้พบปะและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้แทนในกลุ่มประเทศอาเซียนที่รับผิดชอบด้านธุรกิจไมซ์โดยตรง ในปี 2558 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 26-29 มีนาคม 2557 ณ โรงแรม Millennium Hilton Bangkok

04. โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานพันธมิตรภายใต้คณะทำงานไทยทีม (THAI TEAM)

ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจและหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและสมาคมภาคเอกชน หรือ ไทยทีม (Thai Team) มีความร่วมมือในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ของประเทศไทย สำหรับในรอบปี 2557 จัดกิจกรรม ดังนี้



- TCEB's Dinner Talk 2014 under the topic: 'How to Revive the Image of Thailand in order to Restore National Confidence', was held on 21 August 2014, at the Grand Postal Building to strengthen relationships between key allies of TCEB who have played a crucial role in supporting the MICE industry.
- The Domestic MICE Familiarisation Trip was held from 8-10 January 2014, in Nakhon Ratchasima, to raise awareness among Thai Team members and partner organisations for about the importance of the domestic MICE industry and TCEB's role in promoting the sector.
- To help provide consultancy advice to foreigners on all aspects of the MICE business, a series of MICE Clinics on Visa and Work Permits for MICE Travellers was held in collaboration with the Department of Consular Affairs, Ministry of Tourism and Sports, the Immigration Bureau, the Ministry of Labour, the Ministry of Interior, the Thailand Incentive and Convention Association, and the Thai Exhibition Association.
- กิจกรรมงานเสวนาเพื่อผนึกความร่วมมือพันธมิตรภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ประจำปี 2557 (Dinner Talk 2014) ในเรื่อง “การฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสายตาชาวต่างชาติ” เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมืออันดีในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในระดับภูมิภาคเอเชีย จัดขึ้นเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2557 ณ อาคารไพบรณียกลาง บางรัก กรุงเทพมหานคร
- กิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐเพื่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (Familiarization Trip 2014) เพื่อให้หน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและสมาคมภาคเอกชนรับทราบพันธกิจของ สสป. และความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้น จัดขึ้นระหว่างวันที่ 8-10 มกราคม 2557 ณ จังหวัดนครราชสีมา
- กิจกรรมสัมมนา MICE Clinic เพื่อหาแนวทางการปฏิบัติให้มีความชัดเจนและถูกต้องในเรื่องการขอวีซ่า (VISA) และใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) สำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยมีหน่วยงานภาครัฐและสมาคมภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ได้แก่ กรมการกงสุล กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงแรงงาน กระทรวงมหาดไทย สมาคมส่งเสริมการประชมนานาชาติ (ไทย) และสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และจัดกิจกรรมจำนวน 2 ครั้ง ดังนี้

- The MICE Clinic Brainstorming Session for Issues, Challenges, and Solutions related to Visas for MICE Travellers was held on 19 August 2014, at the Plaza Athénée Bangkok.
- The MICE Clinic Workshop on Visa and Work Permit for MICE Travellers was held on 18 September 2014, at the Landmark Bangkok Hotel.
- A working group, led by TCEB and the Customs Department, to resolve issues around the importation of goods for exhibitions and trade fairs was held in collaboration with the Thai Exhibition Association, and the Thailand Incentive and Convention Association to find solutions and offer suggestions to streamline restrictions on importation of goods for exhibitions and trade fairs in Thailand, on 24 September 2014, at the Chef Man Restaurant, Bangkok.
- ครั้งที่ 1 กิจกรรมสัมมนาในหัวข้อเรื่อง “MICE Clinic: การระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไข เรื่อง VISA ของนักเดินทางกลุ่มไมซ์” เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2557 ณ โรงแรมพลาซ่า แอทธินี กรุงเทพมหานคร
- ครั้งที่ 2 กิจกรรมสัมมนาในหัวข้อเรื่อง “MICE Clinic: การบรรยายเรื่องการขอวีซ่า (VISA) และใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่กลุ่มนักเดินทางไมซ์” เมื่อวันอังคารที่ 18 กันยายน 2557 ณ โรงแรมแลนด์มาร์ค กรุงเทพมหานคร
- กิจกรรมการประชุมคณะทำงานเพื่อแก้ปัญหานำของเข้ามาจัดประชุมและนิทรรศการ ประจำปี 2557 โดยความร่วมมือระหว่าง สสพ. และกรมศุลกากร ในนามคณะทำงานเพื่อแก้ไขปัญหานำของเข้ามาจัดประชุมและนิทรรศการ สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) ร่วมหารือข้าราชการเพื่อวางแผนทางการระดมความเห็นและจัดทำข้อเสนอแนะและแผนปฏิบัติการในการปรับปรุงแก้ไขเรื่องกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ จัดขึ้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2557 ณ ร้านอาหาร Chef Man ราชดำริ กรุงเทพมหานคร

05. TCEB Call Centre 1105

In 2014 TCEB Call Center continued to help facilitate MICE travellers and provide information on the MICE industry, as well as rules and regulations from relevant government agencies, an events calendar, and TCEB's marketing activities. The call centre also served as an information coordinating hub during the political transition for organisers, operators, and interested members of the public.

05. TCEB Call Center 1105

สสพ. จัดตั้งศูนย์บริการ TCEB Call Center 1105 เพื่อบริการด้านข้อมูลหรือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ติดต่อขอรับบริการ ผู้ประกอบการ หรือกลุ่มผู้สนใจในอุตสาหกรรมไมซ์ สำหรับในรอบปี 2557 มีการดำเนินกิจกรรมได้แก่ การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์และข้อมูลในเรื่องกฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การให้บริการข้อมูลปฏิทินการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ (Events Calendar) ที่ สสพ. เป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมหรือให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรม การเป็นศูนย์ประสานงานให้บริการข่าวสารและติดตามสถานการณ์ในภาวะวิกฤตทางด้านการเมือง ประสานงานและให้บริการข้อมูลแก่ผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมที่สำคัญของฝ่ายการตลาดของ สสพ.

Information Technology Department

ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ



Information Technology Department Performance in 2014

In 2014, TCEB developed an online marketing plan to tap into domestic and international MICE markets in line with its proactive Digital MICE strategy, highlighting the promotion of the Thai MICE sector through TCEB's website, which attracted a total of 330,114 page views from international target audiences, as well as raising TCEB visibility to a total of 11,851,585 viewership among international audiences, and 15,236,205 viewership among Thai audiences.

The core elements of TCEB's online marketing consisted of the following:

ภาพรวมผลการดำเนินงานด้านการตลาด ออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

ในปี 2557 ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ดำเนินแผนด้านการตลาดออนไลน์ เพื่อรุกตลาดไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ผ่านช่องทางออนไลน์ตามแผน Digital MICE เชิงรุก พร้อมศึกษาถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้แก่ตลาดเป้าหมาย ผ่าน ทั้งการให้ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ไทยทางเว็บไซต์ของ สสพ. โดยสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของ สสพ. จากต่างประเทศ จำนวน 330,114 Page Views รวมถึงสร้างการรับรู้ (Visibility) ให้กับกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 11,851,585 Views และกลุ่มผู้ใช้งานในประเทศ เป็นจำนวน 15,236,205 Views

แผนการตลาดออนไลน์ปี 2557 ของ สสพ. ประกอบด้วย 3 แผนงานหลัก คือ

01. The development of a MICE database website

Introducing a new web domain, www.businesseventsthailand.com, TCEB launched a new online platform that pools together the latest information on Thailand's MICE industry for target audiences around the world.

02. The development of digital marketing and sales kits

To facilitate MICE entrepreneurs to create their own sales and marketing tools that meet their business requirements, TCEB digital marketing and sales kits can be downloaded easily, helping save operators marketing budget and time in producing digital sales kits.

03. Online Marketing Promotion

To increase its online presence through social media and social networking for MICE campaigns, TCEB increased social and online interaction among users of various online platforms including Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram, Pinterest, and Flickr.

01. การพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์รวมข้อมูลการจัดงานไมซ์ครบวงจร

สสพ. ได้พัฒนาเว็บไซต์ชื่อโดเมนใหม่ คือ www.businesseventsthailand.com ให้เป็นศูนย์รวมข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ที่สมบูรณ์และมีข้อมูลทันสมัยที่สุดให้กับกลุ่มเป้าหมายไมซ์จากทั่วโลก

02. การจัดทำสื่อการตลาดและการขายแบบดิจิทัล

การจัดทำสื่อการตลาดและการขายแบบดิจิทัล เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์ สามารถใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ ในการสร้างสื่อการขายของผู้ประกอบการเอง โดยผู้ประกอบการสามารถเลือกรูปแบบและปรับแต่งเนื้อหาข้อมูลได้ตามต้องการ อีกทั้งยังสามารถดาวน์โหลดสื่อการขายไปใช้ได้อย่างง่ายดาย ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดงบประมาณและเวลาในการทำสื่อการขายดิจิทัล

03. กิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

ในปี 2557 สสพ. มีการพัฒนาโซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายในตลาดต่างประเทศ โดยดำเนินการจัดทำแคมเปญ Social Media and Social Networking for MICE โดยจัดแคมเปญสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ สร้างปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมให้สมาชิกในชุมชนออนไลน์ในแต่ละประเทศร่วมกับ สสพ. อาทิ Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram, Pinterest และ Flickr



TCEB also utilised its E-Newsletter to serve as an online communications tool to promote Thailand as a premiere MICE destination in Asia to target audiences around the world, through the rental of reliable, permission-based email address databases, and TCEB's own databases. To engage online MICE media, TCEB also created E-News Releases to distribute its latest news announcements, in addition to blogs, brochures, videos and testimonials to be used as online marketing materials.

Domestically, TCEB focused on Facebook and Instagram as they are the most widely used social media platforms, as well as advertising and promotional activities with bloggers and online influencers, in addition to MICE City online competitions, and sales promotion activities that combine special privileges and discounts from MICE operators.



พร้อมกันนี้ สสพ. ยังได้ดำเนินการจัดทำ E-Newsletter เพื่อประชาสัมพันธ์ศักยภาพ ความพร้อมของประเทศไทย ในการเป็นจุดหมายหลักการจัดประชุมและการแสดงสินค้า ระดับโลกในเอเชีย โดยสื่อสารไปยัง กลุ่มเป้าหมายสำหรับ ตลาดไมซ์ทั่วโลก โดยการเช่าซื้อชื่อ (Database Rental List) จากแหล่งฐานข้อมูลที่ได้รับอนุญาต (Permission-based E-mail) รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าของ สสพ. ควบคู่ไปกับการ จัดทำ E-News Release เพื่อดำเนินการผลิตและออกแบบ การเผยแพร่ข่าวในรูปแบบจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ไปยัง สื่อมวลชนออนไลน์ในสายธุรกิจไมซ์ นอกจากนี้ ยังจัดทำสื่อ ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ ผ่านการนำเสนอบล็อก, โบรชัวร์, วิดีโอ, Testimonial และบทความประชาสัมพันธ์ของ สสพ.



ในส่วนของการตลาดในประเทศ สสพ. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมออนไลน์ บนโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มที่ได้ ได้รับความนิยมในหมู่มกลุ่มเป้าหมายในประเทศไทย ได้แก่ Facebook และ Instagram ขณะเดียวกันยังได้จัดทำกิจกรรม โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านบล็อกเกอร์ที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสร้าง กระแสผ่านสื่อออนไลน์ เช่น การประกวดจัดแข่งขันเกม ส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับไมซ์ซิตี้ และการจัดกิจกรรมส่งเสริม การขายโดยรวบรวมข้อเสนอพิเศษและส่วนลดต่างๆ ของ สินค้าและบริการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการ

Online Campaign in 2014

International Market

01. Spice Up Your Business Agenda

In collaboration with the Tourism Authority of Thailand, Thai Airways International Plc, Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce, VISA, and Thai Exhibition Association, TCEB introduced a special privilege campaign, offering discounts for products and services such as air tickets, airport shuttle, golf, spa, entertainment and internet services, especially for registered MICE travellers joining exhibitions in Thailand. These special offers ensure a pleasant experience for MICE travellers, while Thailand benefits from increased spending due to travellers staying longer in Thailand.

Duration: April-December 2014

Target Audiences: MICE travellers joining exhibitions in Thailand

Performance: Total visibility of 1,000,000 online viewership; 7,000 privilege e-coupons downloaded; 30,000 privilege coupon booklets distributed

02. Dream Meeting Contest

An online marketing activity on Facebook designed to engage MICE travellers from around the world to join online games in order to inspire the holding of MICE activities in Thailand to win special Thailand travel prizes.

Duration: August-September 2014

Target Audiences: Organisers, MICE travellers and the general public

Performance: 105 participants; total visibility of 1,638,858 viewership; the winner was Ms. Soni Shashi, from India, garnering a total of 307 likes and shares.

แคมเปญการตลาดออนไลน์ ปี 2557

ตลาดต่างประเทศ

01. แคมเปญ Spice Up Your Business Agenda

สสพ. ร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน), กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ VISA และ สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) ในการรวบรวมสิทธิพิเศษ สินค้าและบริการต่างๆ เช่น บัตรโดยสารเครื่องบิน บริการรับ-ส่งสนามบิน กอล์ฟ สปา สถานบันเทิง บริการอินเทอร์เน็ต โดยนำเสนอให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทย สร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดี ทั้งยังช่วยเพิ่มการใช้จ่าย รวมถึงระยะเวลาพำนักในประเทศไทยมากขึ้น

ระยะเวลา: เมษายน-ธันวาคม 2557

กลุ่มเป้าหมาย: กลุ่มผู้เข้าร่วมงานและผู้แสดงงานในงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย

ผลการดำเนินงาน: สามารถสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งหมดกว่า 1,000,000 การรับรู้ มีปริมาณการดาวน์โหลด e-coupon ของแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda ประมาณ 7,000 ครั้ง และรับ Privilege Coupon Booklet ที่จุดลงทะเบียนเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติกว่า 30,000 ชุด

02. แคมเปญ Dream Meeting Contest

สสพ. จัดทำไวรัลมาร์เก็ตติ้งบน Facebook เชิญชวนให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั่วโลกเล่นเกมออนไลน์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการจัดประชุมในเมืองไทย เพื่อชิงรางวัลแพ็คเกจท่องเที่ยวประเทศไทย

ระยะเวลา: สิงหาคม-กันยายน 2557

กลุ่มเป้าหมาย: เพื่อสร้างการรับรู้ในศักยภาพของประเทศไทยในฐานะจุดหมายหลักการจัดประชุมและการแสดงสินค้าระดับโลกให้แก่ ผู้จัดงาน และนักเดินทางกลุ่มไมซ์ รวมถึงสื่อต่างๆ และประชาชนทั่วทุกมุมโลก

ผลการดำเนินงาน: มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 105 คน และสร้างการรับรู้ทางออนไลน์ทั้งหมด 1,638,858 การรับรู้ โดยผู้ชนะคือ Ms. Soni Shashi ชาวอินเดีย ซึ่งได้รางวัลและแชร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากที่สุดเป็นจำนวน 307 โไลค์และแชร์

03. Itinerary Contest

An itinerary design contest that calls contestants to create pre- or post-trip itineraries in Thailand to introduce attractions and interesting activities for MICE organisers, MICE travellers and the general public.

Duration: May-August 2014

Target Audiences: Organisers, MICE travellers and the general public

Performance: 163 participants; total visibility of 1,540,655 viewership; the winner was Mr. Jof Calstas, from Switzerland, with 465 votes; the lucky voting winner was Mrs. Ailene Lacaste Salvador from the Philippines.

Domestic Market

01. Thailand MICE Venues Vote Awards 2014

An online voting campaign that seeks to identify the best MICE venue in Thailand, aimed at promoting the readiness of Thai MICE venues among target audiences and the general public, and inspiring MICE activities in Thailand. The winners from six categories included:

- 1.1 Adventure: Ban Pha Ngam Resort
- 1.2 Corporate Social Responsibility (CSR): Hilton Phuket Arcadia Resort & Spa
- 1.3 Experiential: Play La Ploen Boutique Resort & Adventure Camp
- 1.4 Green: Sheraton Hua Hin Resort & Spa

03. แคมเปญ Itinerary Contest

สสปน. จัดประกวดการวางแผนจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวก่อนหรือหลังการประชุมในประเทศไทย จุดมุ่งหมายเพื่อแนะนำสถานที่และกิจกรรมที่น่าสนใจในประเทศไทยให้แก่ผู้จัดงานไมซ์ นักเดินทางกลุ่มไมซ์และประชาชนทั่วไป

ระยะเวลา: พฤษภาคม-สิงหาคม 2557

กลุ่มเป้าหมาย: ผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ สื่อต่างๆ และประชาชนทั่วทุกมุมโลก

ผลการดำเนินงาน: มีผู้เข้าร่วมแคมเปญเป็นจำนวน 163 คน และสร้างการรับรู้ทั้งหมด 1,540,655 การรับรู้ โดยผู้ชนะที่ได้รับคะแนนโหวตออนไลน์สูงสุดคือ Mr. Jof Calstas จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งได้รับคะแนนโหวตเป็นจำนวน 465 คลิ๊กโหวต และผู้โชคดีจากการร่วมโหวต คือ Mrs. Ailene Lacaste Salvador จากประเทศฟิลิปปินส์

ตลาดในประเทศ

01. แคมเปญ Thailand MICE Venues Vote Awards 2014

สสปน. จัดกิจกรรมโหวตเพื่อคัดเลือกที่สุดของสถานที่จัดประชุมในเมืองไทย เป็นการสร้างการรับรู้และการบอกต่อในโลกออนไลน์ถึงศักยภาพและความพร้อมของสถานที่จัดประชุมไปยังกลุ่มเป้าหมายและบุคคลทั่วไปในประเทศไทย รวมถึงจะกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยมากขึ้น ผ่านการโหวตทางออนไลน์ โดยแบ่งเป็น 6 ประเภท และมีผู้ชนะในแต่ละสาขา ดังนี้

- 1.1 การสร้าง Team Building ผ่านประสบการณ์ที่ท้าทาย (Adventure) ได้แก่ บ้านผางาม รีสอร์ท
- 1.2 การตระหนักในความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ได้แก่ Hilton Phuket Arcadia Resort & Spa
- 1.3 การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ๆ (Experiential) ได้แก่ Play La Ploen Boutique Resort & Adventure Camp
- 1.4 การตระหนักในการรักษาสีเขียว (Green) ได้แก่ Sheraton Hua Hin Resort & Spa



1.5 History and Culture: Chiang Mai International Exhibition and Convention Centre

1.6 Luxury: IMPACT Muang Thong Thani

Duration: July-September 2014

Target Audiences: MICE venues and the general public

Performance: more than 50,000 votes; total visibility of 14 million viewership

1.5 การสร้างการเรียนรู้และความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (History and Culture) ได้แก่ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ 7 รอบพระชนมพรรษา

1.6 การได้สัมผัสกับความพิเศษ (Luxury) ได้แก่ IMPACT Area, Exhibition and Convention Center

ระยะเวลา: กรกฎาคม-กันยายน 2557

กลุ่มเป้าหมาย: สถานที่จัดประชุมในประเทศไทยและบุคคลทั่วไป

ผลการดำเนินงาน: มีผู้เข้าร่วมโหวตมากกว่า 50,000 คลิกโหวต และสร้างการรับรู้ทั้งหมดกว่า 14 ล้านการรับรู้

02. MICE Photo Contest @ IG Project

Targeting Instagram users, the campaign called for submission of photos of favourite MICE activities, hotels, meetings venues, and attractions in Thailand. With the #click_mice hashtag, participants can enjoy grand prizes every month.

Duration: March-April, and August-October 2014

Target Audiences: General public

Performance: 9,408 viewership

02. แคมเปญ MICE Photo Contest @ IG Project

สสพ. จัดทำแคมเปญเพื่อเจาะกลุ่มผู้ใช้งาน Instagram โดยเปิดโอกาสให้ร่วมส่งภาพประทับใจจากประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมไมซีในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นห้องพัก ห้องประชุม อาหาร ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรม แล้วโพสต์ภาพผ่านทาง Instagram ของตัวเองพร้อมติดแฮชแท็ก #click_mice เพื่อชิงรางวัลทุกเดือน

ระยะเวลา: มีนาคม-เมษายน, สิงหาคม-ตุลาคม 2557

กลุ่มเป้าหมาย: บุคคลทั่วไป

ผลการดำเนินงาน: 9,408 การรับรู้

03. MICE Guru

An online service on the MICE in Thailand Facebook page offered by TCEB that provided information updated on Thailand's MICE industry and MICE activities in Thailand.

Duration: March-October 2014

Target Audiences: MICE activity decision-making organisations, organisers, general public

Performance: 2,740 viewership

03. แคมเปญ MICE Guru

บริการตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยสามารถโพสต์คำถามไว้ทางหน้าวอลล์หรือส่งข้อซักถามมาทางอินบ็อกซ์ของ Facebook เพจ MICE in Thailand เพื่อให้ MICE Guru ไขข้อข้องใจ หรือให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อไป

ระยะเวลา: มีนาคม-ตุลาคม 2557

กลุ่มเป้าหมาย: หน่วยงานและองค์กรที่มีอำนาจตัดสินใจในการจัดกิจกรรมไมซ์ ผู้จัดงาน และบุคคลทั่วไป

ผลการดำเนินงาน: 2,740 การรับรู้

04. Share and Like Your MICE Experiences

To help raise creativity around MICE activities in Thailand, TCEB initiated a Facebook campaign that highlighted memorable MICE experiences in Thailand to be featured on the MICE in Thailand page, with the photo and brief caption receiving the highest number of likes and shares receiving a grand prize.

Duration: June-August 2014

Target Audiences: Organisations that had organised MICE events in Thailand.

Performance: 1,992 viewership

04. แคมเปญ Shares and Likes your MICE Experiences

กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยเปิดโอกาสให้หน่วยงานและองค์กรที่เคยจัดกิจกรรมไมซ์ที่มีแนวความคิดในการจัดงานและกิจกรรมที่น่าประทับใจ ส่งภาพเข้าประกวด โดยโพสต์ลงบน Facebook เพจ MICE in Thailand พร้อมตั้งชื่อภาพประกอบคำอธิบายสั้นๆ 2-3 โดยภาพยอดเยี่ยมจากหน่วยงานหรือองค์กรที่ได้ยอด likes และ shares มากที่สุด จะถือเป็นผู้ชนะ

ระยะเวลา: มิถุนายน-สิงหาคม 2557

กลุ่มเป้าหมาย: หน่วยงาน องค์กร และบริษัทที่เคยผ่านการจัดกิจกรรมในรูปแบบ MICE ในประเทศ

ผลการดำเนินงาน: 1,992 การรับรู้



MICE Industry Contribution to Global Economy

เปิดศักราชอุตสาหกรรมไมซ์: ลู่ทางพิชิตเศรษฐกิจโลก



In 2014, the global recovery was expected to strengthen, and to improve well into 2015, thanks to growth in major economically advanced countries. According to the World Economic Outlook 2014, released in April, it is forecast that the global economy would grow by 3.6% in 2014, and 3.9% in 2015 (from 3% in 2013). Among major economically advanced countries, growth is predicted at 2.25% during 2014-2015, an increase from approximately 1% in 2013.

เศรษฐกิจโลกโดยทั่วไปแข็งแกร่งยิ่งขึ้น และมีการพยากรณ์ว่าสภาพการณ์จะปรับตัวดีขึ้นอีกในช่วงปี 2558 โดยที่แรงกระตุ้นส่วนสำคัญจะมาจากประเทศที่มีความก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจ รายงาน World Economic Outlook ปี 2557 ซึ่งเผยแพร่ในเดือนเมษายน พยากรณ์ว่าเศรษฐกิจโลกจะเติบโตขึ้น 3.6% ในปี 2557 และ 3.9% ในปี 2558 (จาก 3% ในปี 2556) ในกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจนั้น คาดการณ์ว่าการเติบโตจะเพิ่มขึ้นประมาณ 2.25% ในระหว่างปี 2557-2558 ซึ่งนับว่าปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1% จากตัวเลขปี 2556

The International Monetary Fund (IMF) also projected that the Eurozone would continue with its positive momentum but recovery would be uneven across countries. The advanced European economies are expected to resume growth, while debt-ridden economies will remain weaker. In emerging markets, and developed economies, growth is expected to pick up modestly from 4.7% to 5% and 5.25% in 2013, 2014 and 2015 respectively. This is a result of external factors driven by advanced economies together with renewed increases in financial market volatility, causing stagnant domestic demand.

However, growth in developing Asia countries will continue to pick up only marginally from 6.1% in 2013 to 6.2% in 2014 and 6.4% in 2015. In addition, moderating growth in China will balance rising demand from various industrial countries.

Global and Asian MICE Industry

Within the business travel sector, the MICE industry has grown far more rapidly than traditional business travel. Currently, the MICE segment makes up 54% of the total business travel market. Within the MICE sector, incentives, conventions, and conferences have registered 61%, 44%, and 27% growth rates respectively since 2009 on a cumulative basis while traditional company trips experience a sharp downward trend of 10%.



อนึ่ง กองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ International Monetary Fund (IMF) พยากรณ์ว่าในเขตพื้นที่เงินสกุลยูโรนั้นการเติบโตจะเป็นบวกแต่ทั้งนี้ก็จะปรากฏความหลากหลาย กล่าวคือประเทศแกนกลางจะมีความแข็งแกร่ง ทว่าประเทศที่มีหนี้สินมากจะอ่อนแอกว่า สำหรับตลาดที่กำลังเจริญเติบโต (Emerging Markets) และประเทศกำลังพัฒนา มีการคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจะค่อยๆ โตขึ้นจาก 4.7% ในปี 2556 เป็นประมาณ 5% ในปี 2557 และ 5.25% ในปี 2558 ทั้งนี้เศรษฐกิจจะเติบโตยิ่งขึ้นจากอุปสงค์ภายนอกที่เพิ่มขึ้นจากประเทศที่มีเศรษฐกิจก้าวหน้า แต่สภาพการณ์ทางการเงินที่ตึงตัวมากขึ้นจะทำให้การเติบโตของอุปสงค์ภายในประเทศประสพภาวะชะงักงัน

ทั้งนี้คาดการณ์ว่ากลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง การเติบโตของภูมิภาคจะชะงักขึ้นเล็กน้อยจาก 6.1% ในปี 2556 เป็น 6.2% ในปี 2557 และ 6.4% ในปี 2558 การเติบโตที่ชะลอเข้าสู่ระดับปานกลาง (moderating growth) เป็นผลมาจากในประเทศจีนที่เศรษฐกิจปรับตัวโดยเน้นการเจริญเติบโตแบบสมดุลซึ่งจะถ่วงเฉลี่ยในระดับหนึ่งกับอุปสงค์จากประเทศอุตสาหกรรมบางประเทศที่คาดว่าจะสูงขึ้นเนื่องจากประเทศเหล่านี้ฟื้นตัว

สภาพการณ์อุตสาหกรรมไมซ์โลกและทวีปเอเชีย

อุตสาหกรรมไมซ์เติบโตเร็วกว่าภาคเดินทางธุรกิจรูปแบบเดิมมาก ภาคส่วนไมซ์มีส่วน 54% ของตลาด การเดินทางด้านธุรกิจรวมในกลุ่มภาคส่วนไมซ์นั้น ภาคการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) ภาคการประชุมนานาชาติ (Conventions) และภาคการประชุม (Conferences) เติบโตในอัตรา 61% อัตรา 44% และอัตรา 27% ตามลำดับ นับตั้งแต่ปี 2552 โดยเป็นยอดสะสม ในขณะที่การเดินทางของบริษัทในรูปแบบเดิม (traditional company trips) นั้นลดลง 10%

Stability appears to have been restored in the meetings sector. A greater number of meetings-related policies and programs are formulated to ensure that meetings are administered efficiently. The meetings industry has grown across many regions during the past two years. European countries will likely undergo obvious variations, with Germany and the UK enjoying optimism in almost all meeting sub-segments: e.g. spending, the number of attendees, and the number of meetings in 2014. In Asia, the number of meetings per firm will decrease by 1.2% in 2014. Segments to experience this setback include pharmaceutical and financial industries. Demand for meetings from other regions into Asia and Europe will increase, while demand from Asia Pacific into other regions will decline in 2014.

Incentive travel is the highest-yielding but most volatile sector of the meetings industry. There were common components in changes across the industry globally, including the transformation of incentive trips into those with a well-defined return on investment, such as sales schemes, the decreased duration per trip from 6.5 nights to 4 nights, the introduction of business-oriented elements to the trip such as a corporate direction and strategy seminar, and corporate social responsibility activities.



ในภาพรวมอุตสาหกรรมการประชุม เริ่มมีเสถียรภาพ มีการกำหนดนโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการประชุมจำนวนมากเพื่อให้การจัดการประชุมดำเนินไปด้วยดี โดยหลายประเทศในทวีปยุโรปจะมีความโดดเด่นโดยเฉพาะเยอรมนีและสหราชอาณาจักร ซึ่งมีแนวโน้มที่ดีทั้งในด้านรายได้ จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม และจำนวนการประชุมในปี 2557 ในขณะที่ภูมิภาคเอเชีย ในปี 2557 จำนวนการประชุมต่อองค์กรปรับตัวลดลง 1.2% โดยภาคการเงินและภาคเภสัชกรรมได้รับผลกระทบในการชะลอตัวลงครั้งนี้ ออสเตรเลียการประชุม จากภูมิภาคอื่นสู่เอเชียและยุโรปจะเพิ่มขึ้น ทว่าออสเตรเลียจากภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกไปสู่ภูมิภาคอื่นมีแนวโน้มลดลงในปี 2557



สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปี 2557 เกิดความเปลี่ยนแปลงโดยมีองค์ประกอบร่วมกันทั่วโลกในด้านต่างๆ อาทิ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีการกำหนดผลตอบแทนในการลงทุนจัดการเดินทางได้อย่างชัดเจน อาทิ โครงการเพิ่มยอดขาย จำนวนคืนที่พักเฉลี่ยในการเดินทางต่อเที่ยวลดลงจาก 6.5 คืน เป็น 4 คืน การผนวกมิติธุรกิจ เช่น การอภิปรายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์และทิศทางบริษัท รวมถึงกิจกรรมเชิงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของแผนเดินทาง

The International Congress and Convention Association (ICCA) reported that 2013 was a year of sustained strength in the international association meetings market. Over 11,685 association events were identified by ICCA members and ICCA's in-house research team as occurring during 2013 in comparison to 11,150 in 2012. In Asia and Oceania, East Asia was the most successful region, followed by Southeast Asia.

In 2013, the total exhibition space sold in Asia increased by 6.6% compared to 2.7% and 2.6% in 2012 and 2011. In 2014, Asia is expected to grow by 5.7% or an equivalent of 18.37 million square metres, driven largely by the strong performance of Southeast Asia's trade fairs markets and the continued strength of China's overall economy.

In terms of venue capacity across major markets in East Asia, Southeast Asia, South Asia, and Oceania, there were 206 purpose-built exhibition centres in 2014, compared to only 101 centres in 2003. Almost 70% of Asia's venue capacity is located within China.

ส่วนการประชุมนานาชาตินั้น International Congress and Convention Association (ICCA) รายงานว่าในปี 2556 ตลาดการประชุมสมาคมระหว่างประเทศ (International Association Meetings Market) ยังมีความแข็งแกร่งต่อเนื่อง โดยมีการจัดประชุมสมาคมกว่า 11,685 ครั้งในปี 2556 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวน 11,150 ครั้งในปี 2555 ในกลุ่มภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียนั้น เอเชียตะวันออกเป็นภูมิภาคที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด ตามมาด้วยภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

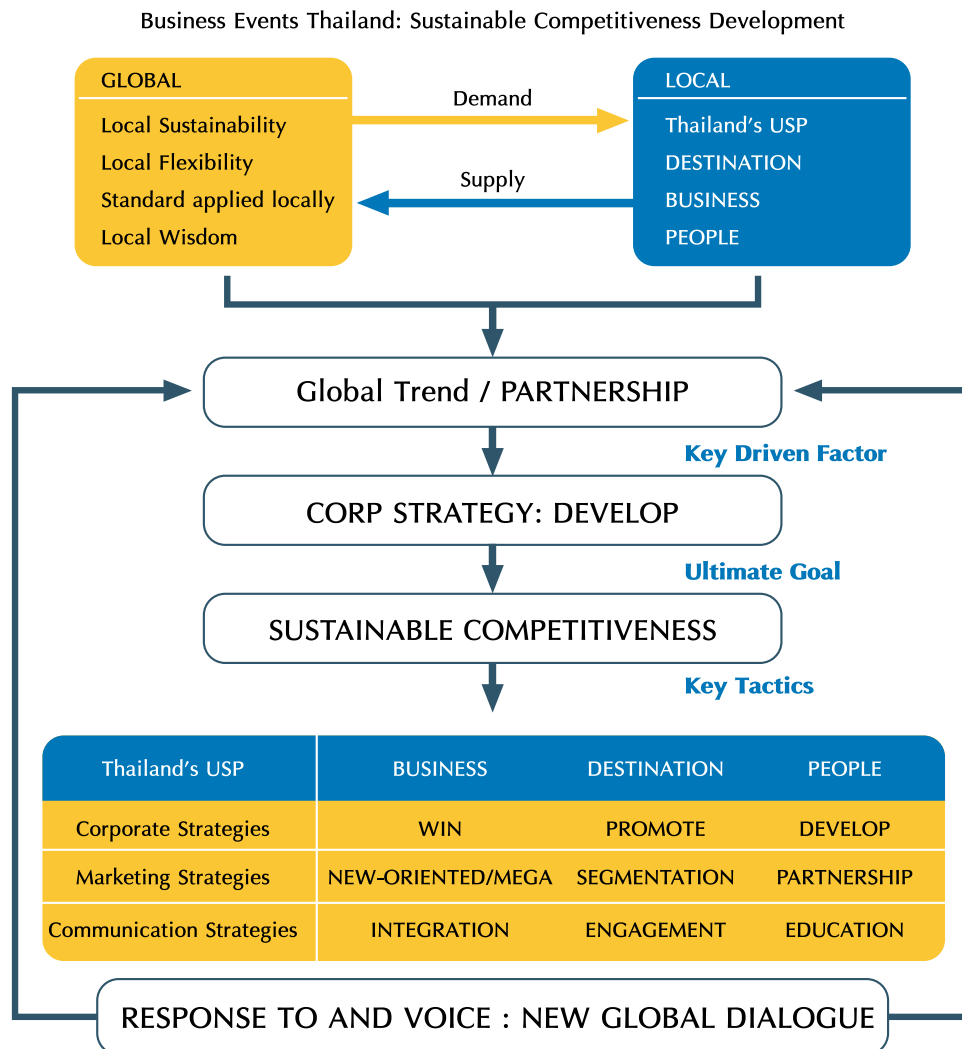
สภาพการณ์อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของทวีปเอเชีย โดยภาพรวม ในปี 2556 การแสดงสินค้าของเอเชียเติบโต 6.6% ในด้านพื้นที่ขาย เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราเติบโต 2.7% และ 2.6% ในปี พ.ศ. 2555 และปี พ.ศ. 2554 ตามลำดับ ในปี พ.ศ. 2557 ภูมิภาคเอเชียจะมีอัตราการเติบโตของยอดขายพื้นที่งานแสดงสินค้าเท่ากับ 5.7% ซึ่งเท่ากับจะมียอดขายพื้นที่รวมเท่ากับ 18.37 ล้าน ตร.ม. โดยมีพลังขับเคลื่อนหลักจากผลการดำเนินการของตลาดงานแสดงสินค้านานาชาติในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และความแข็งแกร่งโดยรวมของตลาดจีน

ในด้านจำนวนพื้นที่ศูนย์แสดงสินค้า ทวีปเอเชียจะมีศูนย์แสดงสินค้าซึ่งสร้างเพื่องานแสดงสินค้าโดยเฉพาะจำนวน 206 แห่ง เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวน 101 แห่งในปี พ.ศ. 2548 พื้นที่แสดงสินค้าเกือบ 70% ของทวีปเอเชียทั้งหมดตั้งอยู่ในประเทศจีน



TCEB's marketing direction for both the international and domestic MICE markets in 2015 will focus on the bureau's **4P strategic direction, highlighting 'Public-Private-People Partnerships'**, in line with the ASEAN Business Travel Marketing Strategy Final Report in July 2013. The Strategy emphasizes the importance of marketing and marketing information development as well as the exchange of knowledge among ASEAN MICE organisations as key drivers to define Thailand's MICE industry strategic plan for 2015.

แนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดของ สสพ. สำหรับการตลาดไมซ์ทั้งต่างประเทศและในประเทศนั้น จะเน้นการทำงานในรูปแบบของโมเดล **"4Ps" หรือ Public-Private-People Partnership** ซึ่งเป็นโครงสร้างการบริหารความร่วมมือในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ตามกลยุทธ์การตลาดธุรกิจไมซ์แห่งอาเซียนในเดือนก.ค. 2556 ที่เน้นการดำเนินงานด้านส่งเสริมตลาด การพัฒนาข้อมูลการตลาด และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ระหว่างหน่วยงานภาคอุตสาหกรรมไมซ์ระดับอาเซียนเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดไมซ์ของประเทศไทยในปี 2558



International MICE Market

TCEB's target for the international MICE market in the 2015 fiscal year is to attract 1,036,300 international MICE travellers, a five per cent increase over 2014 targets, and to increase MICE revenue by 10 per cent to 106,780 million baht.

ตลาดไมซ์ต่างประเทศ

สำหรับเป้าหมายทางการตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์ในต่างประเทศ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 นั้น สสพ. ตั้งเป้าจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศจำนวน 1,036,300 คน เติบโตจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ร้อยละ 5 ด้านจำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นั้นคิดเป็นรายได้ จำนวน 106,780 ล้านบาท เติบโตด้านรายได้คิดเป็นร้อยละ 10

International MICE Market Targets

ภาพรวมเป้าหมายธุรกิจไมซ์ต่างประเทศ

INT' L BUSINESS TRAVELLER 1,036,300	GROWTH PROJECTION 5%
INT' L BUSINESS EVENTS REVENUE 106,780	GROWTH PROJECTION 10%

International MICE Market By Industry

เป้าหมายธุรกิจไมซ์ในต่างประเทศแบ่งตามรายธุรกิจ

Meetings 25%	Incentives 24%	Conventions 33%		Exhibitions 18%
SECTOR	INT' L BUSINESS TRAVELLERS	SHARE	INT' L REVENUE (M. BHT)	SHARE
Meetings	255,000	25%	32,700	31%
Incentives	252,800	24%	19,280	18%
Conventions	338,100	33%	37,800	35%
Exhibitions	190,400	18%	17,000	16%
TOTAL	1,036,300	100%	106,780	100%



Domestic MICE Market

TCEB aims to drive growth of the domestic MICE market by laying the fundamentals for the domestic MICE sector in three key areas; including

01. To drive growth of the domestic MICE market by boosting both the number of domestic MICE travellers and revenue by five per cent
02. To elevate Thailand's MICE sector and move towards becoming Asia's high quality MICE destination
03. To expand the domestic market and promote it among target audiences

ตลาดไมซ์ในประเทศ

สำหรับการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ในประเทศประจำปี 2558 สสพ. มุ่งเน้นการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยวางรากฐานความสำเร็จเริ่มต้นสร้างความแข็งแกร่งให้อุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศด้วย 3 เป้าหมายหลักคือ

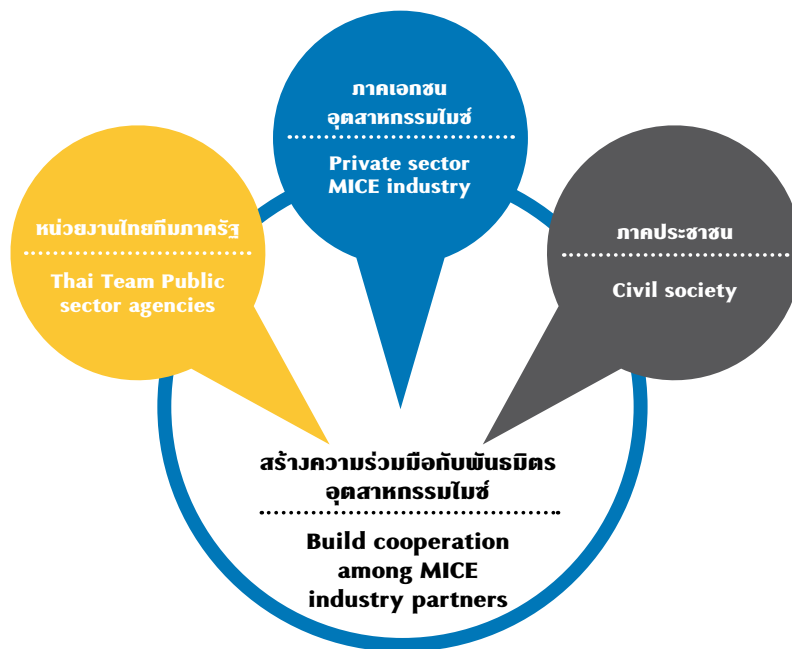
01. ผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศด้วยการเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศร้อยละ 5 และเพิ่มจำนวนรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศร้อยละ 5
02. ยกระดับตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย (Asia's High Quality Business Events Destination)
03. การขยายตลาดและการส่งเสริมการตลาดของประเทศไทยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท

In addition, TCEB has developed a strategic MICE development plan to stimulate the domestic MICE market.

01. To stimulate domestic meetings and seminars through the Meetings in Thailand campaign
02. To expand domestic MICE activities targeting the Special Economic Zones, and CLMV countries (Cambodia, Laos, Myanmar, and Vietnam)
03. To promote domestic meetings and incentive travel in Royal Initiative Projects, and Royal Thai Army tourist destinations
04. To fully drive and support domestic exhibitions

พร้อมกันนี้ สสปน. ยังได้ดำเนินการจัดเตรียมแผนกลยุทธ์ การพัฒนาตลาดไมซ์ในประเทศไทยปี 2558 โดยเน้นการกระตุ้นธุรกิจ ไมซ์ในประเทศในทุกมิติ ดังนี้

01. กระตุ้นการประชุมสัมมนาภายในประเทศผ่านแคมเปญ ประชุมเมืองไทยภูมิใจช่วยชาติ
02. ขยายตลาดการประชุมและงานแสดงสินค้าในพื้นที่เขต เศรษฐกิจพิเศษและกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และ เวียดนาม (CLMV)
03. ส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลใน พื้นที่โครงการพระราชดำริและแหล่งท่องเที่ยวทหาร
04. ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (D-Exhibition) เต็มรูปแบบ



In the 2015 fiscal year, TCEB aims to increase both traveller numbers and revenue in the domestic MICE market by five per cent over 2014 targets, reaching 18,343,500 domestic MICE travellers and 14,230 million baht revenue.

เป้าหมายทางการตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์ในประเทศ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 นั้น สสปน.ตั้งเป้าจำนวนนักเดินทางกลุ่ม ไมซ์ในประเทศไทยจำนวน 18,343,500 คน เติบโตจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ร้อยละ 5 ด้านจำนวนรายได้จากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ นั้นคิดเป็นรายได้ จำนวน 14,230 ล้านบาท เติบโตด้านรายได้ คิดเป็นร้อยละ 5



Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization)
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Financial Statements

งบการเงิน

As at September 30, 2014
ณ วันที่ 30 กันยายน 2557

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 2014, 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 standards and policies for Government Units 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.

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 2014, and its financial performance and its cash flows for the year then ended in accordance with accounting standards and policies for Government Units issued by the Ministry of Finance.

S. Wong-ariyaporn

Sukhumaporn Wong-ariyaporn

Certified Public Accountant (Thailand) No. 4843

PricewaterhouseCoopers ABAS Ltd.

Bangkok

17 February 2015

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอคณะกรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ และงบกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน รวมถึงหมายเหตุสรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญและหมายเหตุเรื่องอื่นๆ

ความรับผิดชอบของผู้บริหารต่อการเงิน

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำและการนำเสนอการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กำหนดโดยกระทรวงการคลังและรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชี

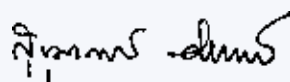
ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบในการแสดงความเห็นต่องบการเงินดังกล่าวจากผลการตรวจสอบของข้าพเจ้า ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ซึ่งกำหนดให้ข้าพเจ้าปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณ รวมถึงวางแผนและปฏิบัติตามตรวจสอบเพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

การตรวจสอบรวมถึงการใช้วิธีการตรวจสอบเพื่อให้ได้มาซึ่งหลักฐานการสอบบัญชีเกี่ยวกับจำนวนเงินและการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงิน วิธีการตรวจสอบที่เลือกใช้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้สอบบัญชี ซึ่งรวมถึงการประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริง อันเป็นสาระสำคัญของงบการเงินไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดในการประเมินความเสี่ยงดังกล่าว ผู้สอบบัญชีพิจารณาการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและการนำเสนอการเงินโดยถูกต้องตามที่ควรของกิจการ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของกิจการ การตรวจสอบรวมถึงการประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีที่จัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร รวมทั้งการประเมินการนำเสนอการเงินโดยรวม

ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

ความเห็น

ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงินของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 ผลการดำเนินงานทางการเงิน และกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กำหนดโดยกระทรวงการคลัง



สุขุมกรณ์ วงศ์อริยาพ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4843

บริษัท ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีแอส จำกัด

กรุงเทพมหานคร

17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

As at 30 September 2014

	Notes	2014 Baht	2013 Baht
Assets			
Current assets			
Cash and cash equivalents	3	475,760,904	474,691,975
Short-term investment	4	87,136,608	68,494,890
Account receivables	5	9,339,598	10,614,685
Supplies	6	-	1,088,431
Other current assets	7	16,821,164	10,045,275
Total current assets		589,058,274	564,935,256
Non-current assets			
Equipment	8	36,529,788	41,825,363
Intangible assets	9	37,940,850	45,957,753
Deposit	10	3,975,157	3,971,857
Total non-current assets		78,445,795	91,754,973
Total assets		667,504,069	656,690,229

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



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

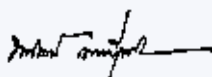
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

		พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	หมายเหตุ	บาท	บาท
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3	475,760,904	474,691,975
เงินลงทุนระยะสั้น	4	87,136,608	68,494,890
ลูกหนี้	5	9,339,598	10,614,685
วัสดุคงเหลือ	6	-	1,088,431
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	7	16,821,164	10,045,275
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		589,058,274	564,935,256
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
อุปกรณ์	8	36,529,788	41,825,363
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	9	37,940,850	45,957,753
เงินมัดจำจ่าย	10	3,975,157	3,971,857
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		78,445,795	91,754,973
รวมสินทรัพย์		667,504,069	656,690,229

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 9 ถึง 26 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายณวัฒน์ เมธาวิกุลชัย

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENT OF FINANCIAL POSITION (CONT'D)

As at 30 September 2014

	Notes	2014 Baht	2013 Baht
Liabilities			
Current liabilities			
Account payables	11	65,365,252	84,601,520
Other current liabilities	12	3,829,598	3,973,679
Total current liabilities		69,194,850	88,575,199
Non-current liabilities			
Retention	13	8,163,299	6,960,950
Provisions	14	15,662,886	13,082,923
Total non-current liabilities		23,826,185	20,043,873
Total liabilities		93,021,035	108,619,072
Net assets		574,483,034	548,071,157
Net assets			
Accumulated surpluses		574,483,034	548,071,157
Total net assets		574,483,034	548,071,157

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



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

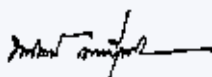
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

		พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	หมายเหตุ	บาท	บาท
หนี้สิน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้	11	65,365,252	84,601,520
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	12	3,829,598	3,973,679
รวมหนี้สินหมุนเวียน		69,194,850	88,575,199
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินประกัน	13	8,163,299	6,960,950
ประมาณการหนี้สิน	14	15,662,886	13,082,923
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		23,826,185	20,043,873
รวมหนี้สิน		93,021,035	108,619,072
สินทรัพย์สุทธิ		574,483,034	548,071,157
สินทรัพย์สุทธิ			
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม		574,483,034	548,071,157
รวมสินทรัพย์สุทธิ		574,483,034	548,071,157

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 9 ถึง 26 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENT OF FINANCIAL PERFORMANCE

For the year ended 30 September 2014

	Notes	2014 Baht	2013 Baht
Revenues from operations			
Revenues from government			
Government budget appropriations		880,259,200	870,484,200
Total revenues from government		880,259,200	870,484,200
Revenues from other sources			
Income from organizing training and seminars		1,884,411	1,883,122
Income from registration fee for exhibition participation	15	5,892,459	7,611,926
Interest income from deposits at financial institutions		14,362,465	16,192,874
Other income		1,256,694	1,952,481
Total revenues from other sources		23,396,029	27,640,403
Total revenues from operations		903,655,229	898,124,603
Operating expenses			
Personnel expenses	16	117,900,452	106,176,209
Administrative expenses	17	140,617,406	120,543,148
Marketing and promotion expenses	18	385,956,479	363,190,412
Grants	19	211,743,435	113,575,404
Depreciation and amortisation		19,425,394	15,016,054
Total operating expenses		875,643,166	718,501,227
Revenues over operating expenses		28,012,063	179,623,376
Non-operating expenses	20	(1,600,186)	(6,259,188)
Revenues over expenses for the year		26,411,877	173,364,188

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



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

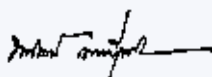
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

		พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	หมายเหตุ	บาท	บาท
รายได้จากการดำเนินงาน			
รายได้จากรัฐบาล			
รายได้จากเงินงบประมาณ		880,259,200	870,484,200
รวมรายได้จากรัฐบาล		880,259,200	870,484,200
รายได้จากแหล่งอื่น			
รายได้จากการจัดอบรมสัมมนา		1,884,411	1,883,122
รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการ	15	5,892,459	7,611,926
รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากสถาบันการเงิน		14,362,465	16,192,874
รายได้อื่น		1,256,694	1,952,481
รวมรายได้จากแหล่งอื่น		23,396,029	27,640,403
รวมรายได้จากการดำเนินงาน		903,655,229	898,124,603
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน			
ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	16	117,900,452	106,176,209
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	17	140,617,406	120,543,148
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	18	385,956,479	363,190,412
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	19	211,743,435	113,575,404
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย		19,425,394	15,016,054
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน		875,643,166	718,501,227
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน		28,012,063	179,623,376
ค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน	20	(1,600,186)	(6,259,188)
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี		26,411,877	173,364,188

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 9 ถึง 26 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายณวัฒน์ เมธาวิกุลชัย

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENTS OF CHANGES IN NET ASSETS

For the year ended 30 September 2014

	Accumulated surpluses Baht
Opening balance as at 1 October 2012	374,706,969
Revenues over expenses for the year	173,364,188
Closing balance as at 30 September 2013	548,071,157
Opening balance as at 1 October 2013	548,071,157
Revenues over expenses for the year	26,411,877
Closing balance as at 30 September 2014	574,483,034

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



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

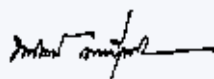
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

	รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม บาท
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2555	374,706,969
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	173,364,188
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556	548,071,157
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2556	548,071,157
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	26,411,877
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557	574,483,034

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 9 ถึง 26 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายณวัฒน์ เมธาวิกุลชัย

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENT OF CASH FLOWS

For the year ended 30 September 2014

	Notes	2014 Baht	2013 Baht
Cash flows from operating activities:			
Revenues over expenses for the year		26,411,877	173,364,188
Adjustments to net cash from operating activities			
Depreciation and amortisation	8, 9	19,425,393	15,016,054
Write off equipment and intangible assets	8, 9	1,640,315	6,134,932
Loss on impairment of equipment	8	-	541,756
Loss on foreign exchange translation		28,837	413,958
Interest income		(15,126,822)	(17,884,661)
Revenues over expenses before changes in operating assets and liabilities:		32,379,600	177,586,227
(Increase) / Decrease in operating assets			
Account receivables		901,349	1,300,148
Supplies		1,088,431	23
Deposit		(3,300)	(315,338)
Other current assets		(6,775,889)	(6,933,537)
Increase / (Decrease) in operating liabilities			
Account payables		(19,251,066)	(71,993,660)
Other current liabilities		(144,081)	262,885
Retention		1,202,349	(3,780,543)
Employee retirement benefit less payment		2,579,963	1,192,748
Cash generated from operations		11,977,356	97,318,953
Interest received		15,500,560	18,812,092
Net cash generated from operating activities		27,477,916	116,131,045

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



Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

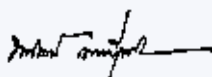
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
หมายเหตุ	บาท	บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน		
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	26,411,877	173,364,188
ปรับกระทบยอดเป็นกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน		
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	8, 9	19,425,393
การตัดจำหน่ายอุปกรณ์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	8, 9	1,640,315
ขาดทุนจากการด้อยค่าของอุปกรณ์	8	-
ขาดทุนจากการแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ	28,837	413,958
รายได้ดกเบี้ย	(15,126,822)	(17,884,661)
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานก่อน		
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	32,379,600	177,586,227
สินทรัพย์ดำเนินงาน(เพิ่มขึ้น)ลดลง		
ลูกหนี้	901,349	1,300,148
วัสดุคงเหลือ	1,088,431	23
เงินมัดจำจ่าย	(3,300)	(315,338)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(6,775,889)	(6,933,537)
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น(ลดลง)		
เจ้าหนี้	(19,251,066)	(71,993,660)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(144,081)	262,885
เงินประกัน	1,202,349	(3,780,543)
ผลประโยชน์พนักงานหลังจากออกจากงานสุทธิจากการจ่าย	2,579,963	1,192,748
เงินสดได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	11,977,356	97,318,953
ดอกเบี้ยรับ	15,500,560	18,812,092
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	27,477,916	116,131,045

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 9 ถึง 26 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายณพรัตน์ เมธวิทชัย

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

STATEMENTS OF CASH FLOWS (CONT'D)

For the year ended 30 September 2014

	Notes	2014 Baht	2013 Baht
Cash flows from investing activities:			
Cash paid for acquisition of short-term investment		(387,136,608)	(368,494,890)
Cash received from redemption of short-term investment		368,494,890	300,000,000
Cash paid for acquisition of equipment		(2,885,659)	(5,744,362)
Cash paid for acquisition of intangible assets		(4,838,146)	(30,094,503)
Net cash used in investing activities		(26,365,523)	(104,333,755)
Net increase in cash and cash equivalents		1,112,393	11,797,290
Cash and cash equivalents at beginning of the year		474,691,975	462,874,179
Exchange gain (loss) on cash and cash equivalents		(43,464)	20,506
Cash and cash equivalents at ending of the year	3	475,760,904	474,691,975

Supplemental cash flow information**Non-cash related transactions:**

Payable for purchases of equipment and intangible assets	29,425	111,815
Transfer non-current assets held for sales to equipment	-	546,293

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


Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

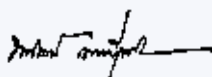
	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
หมายเหตุ	บาท	บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน		
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนระยะสั้น	(387,136,608)	(368,494,890)
เงินสดรับจากการไถ่ถอนเงินลงทุนระยะสั้น	368,494,890	300,000,000
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์	(2,885,659)	(5,744,362)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(4,838,146)	(30,094,503)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(26,365,523)	(104,333,755)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้นสุทธิ	1,112,393	11,797,290
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	474,691,975	462,874,179
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	(43,464)	20,506
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี	3 475,760,904	474,691,975

ข้อมูลเพิ่มเติมประกอบงบกระแสเงินสด

รายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับกระแสเงินสด

การซื้ออุปกรณ์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ยังไม่ได้ชำระ	29,425	111,815
โอนสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายเป็นอุปกรณ์	-	546,293

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 9 ถึง 26 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายณวัฒน์ เมธาวิกุลชัย

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

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 17 February 2015.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

1. ข้อมูลทั่วไป

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

- ก. ส่งเสริมการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- ข. สนับสนุนหรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทยอันเป็นการทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมไทย
- ค. ให้การบริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- ง. เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดนิทรรศการ
- จ. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ทั้งนี้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวเพื่อมุ่งพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดนิทรรศการนานาชาติ

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

งบการเงินนี้ได้รับการอนุมัติให้ออกงบการเงินโดยคณะกรรมการของสำนักงานฯ เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

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 standards and policies for Government Units 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.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

2. นโยบายการบัญชี

นโยบายการบัญชีที่สำคัญซึ่งใช้ในการจัดทำงบการเงินมีดังต่อไปนี้

2.1 เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กำหนดโดยกระทรวงการคลัง

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมในการวัดมูลค่าขององค์ประกอบของงบการเงิน

การจัดทำงบการเงินให้ใช้ประมาณการทางบัญชีที่สำคัญและการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารซึ่งจัดทำขึ้นตามกระบวนการในการนำนโยบายการบัญชีของสำนักงานฯ ไปถือปฏิบัติ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นจริงภายหลังอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้

งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษจัดทำขึ้นจากงบการเงินตามกฎหมายที่เป็นภาษาไทย ในกรณีที่มีความขัดแย้งกันหรือมีการตีความในสองภาษาแตกต่างกัน ให้ใช้งบการเงินตามกฎหมายฉบับภาษาไทยเป็นหลัก

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

2. Accounting policies (Cont'd)

2.2 New accounting standards for Government Unit

[Accounting standard for Government Units which effective for the periods beginning on or after 1 October 2013](#)

Accounting standard for Government Units no. 1 Presentation of Financial Statements

Accounting standard for Government Units no. 1 sets out overall requirements for the presentation of financial statements, guidelines for their structure and minimum requirements for their content. It also requires the entity to present budget report of current year and prior year which can be presented in separate report or included in note to financial statements. TCEB adopted this standard and reclassified some items in the financial statements as mentioned in Note 23 and chose to present budget report of current year and prior year in Note 24.

[Accounting standard for Government Units which are not early adopted before the effective date](#)

1) [Effective for the periods beginning on or after 1 October 2014](#)

Accounting standard for Government Units no. 3 Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors

2) [Effective for the periods beginning on or after 1 October 2016](#)

Accounting standard for Government Units no. 5 Borrowing costs

Accounting standard for Government Units no. 16 Investment Property

TCEB's management has determined that these new accounting standards for Government Units which are not early adopted will not significantly impact the financial statements being presented.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.2 มาตรฐานการบัญชีภาครัฐฉบับใหม่

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐที่มีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2556

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ ฉบับที่ 1

เรื่อง การนำเสนองบการเงิน

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐฉบับที่ 1 เป็นข้อกำหนดโดยรวมสำหรับการนำเสนองบการเงิน แนวทางสำหรับโครงสร้าง และเนื้อหาขั้นต่ำที่ต้องนำเสนออยู่ในงบการเงิน รวมทั้งให้แสดงรายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่ายปีปัจจุบันและปีก่อนซึ่งอาจแสดงเป็นรายงานแยกต่างหาก หรือแสดงในหมายเหตุประกอบงบการเงินสำนักงานฯ จึงได้ปฏิบัติตามมาตรฐานดังกล่าวโดยได้จัดประเภทรายการในงบการเงินใหม่ตามที่ได้เปิดเผยรายละเอียดในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 23 และแสดงรายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่ายปีปัจจุบันและปีก่อนในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 24

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐที่ยังไม่ได้นำมาถือปฏิบัติก่อนวันที่มีผลบังคับใช้

1) มีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2557

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ ฉบับที่ 3

เรื่อง นโยบายการบัญชี การเปลี่ยนแปลงประมาณการทางบัญชี และข้อผิดพลาด

2) มีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2559

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ ฉบับที่ 5

เรื่อง ต้นทุนการกู้ยืม

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ ฉบับที่ 16

เรื่อง อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

ผู้บริหารสำนักงานฯ ได้ประเมินและเห็นว่ามาตรฐานการบัญชีภาครัฐฉบับใหม่ที่ยังไม่ได้นำมาถือปฏิบัติข้างต้น จะไม่มีผลกระทบที่เป็นสาระสำคัญต่องบการเงินที่นำเสนอ

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

2. Accounting policies (Cont'd)

2.3 Foreign currency translation

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

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.

2.4 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.

2.5 Short-term investment

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

2.6 Account receivables

Account receivables are accrued income and advance receivables to staff for operating purposes. The advance receivables are carried at the original payment amount and subsequently measured at the remaining amount after deducting any expenditure incurred in the period.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.3 การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ

รายการต่างๆ ในงบการเงินของสำนักงานฯ วัดมูลค่าโดยใช้สกุลเงินบาท งบการเงินนำเสนอในสกุลเงินบาท

ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน สำนักงานฯ แปลงค่ารายการที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศให้เป็นเงินบาทโดยใช้อัตราปิด โดยแปลงสินทรัพย์ที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ โดยใช้อัตราถัวเฉลี่ยที่ธนาคารพาณิชย์รับซื้อซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยคำนวณไว้ และแปลงหนี้สินที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ โดยใช้อัตราถัวเฉลี่ยที่ธนาคารพาณิชย์ขาย ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยคำนวณไว้ สำหรับรายการที่ไม่เป็นตัวเงินที่อยู่ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งบันทึกไว้ด้วยราคาทุนเดิม สำนักงานฯ แปลงค่ารายการนี้โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ เกิดรายการ

รายการกำไรและรายการขาดทุนที่เกิดจากการรับหรือจ่ายชำระที่เป็นเงินตราต่างประเทศ และที่เกิดจากการแปลงค่าสินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินดังกล่าวให้รับรู้เป็นรายได้หรือค่าใช้จ่ายประจำปีงบประมาณ

2.4 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสด หมายถึงเงินสดในมือ และเงินฝากธนาคารประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม แต่ไม่รวมเงินฝากธนาคารที่มีข้อจำกัดในการเบิกถอน รายการเทียบเท่าเงินสดรวมถึงเงินลงทุนระยะสั้นอื่นที่มีสภาพคล่องสูงซึ่งมีอายุไม่เกินสามเดือนนับจากวันที่ได้มา

2.5 เงินลงทุนระยะสั้น

เงินลงทุนระยะสั้น คือ เงินลงทุนที่สำนักงานฯ ตั้งใจจะถือไว้ไม่เกินหนึ่งปี ซึ่งหมายถึง เงินฝากประจำอายุเกินสามเดือนถึงหนึ่งปี หลักทรัพย์เพื่อค้า หลักทรัพย์เพื่อขาย เงินลงทุนทั่วไป และตราสารหนี้ที่จะครบกำหนดภายในหนึ่งปี

2.6 ลูกหนี้

ลูกหนี้ หมายถึง รายได้ค้างรับ และลูกหนี้เงินทดรองและสำรองจ่ายภายในหน่วยงานกรณีให้พนักงาน เจ้าหน้าที่เพื่อทดรองไปใช้จ่ายในการปฏิบัติงานของสำนักงานฯ ซึ่งรับรู้เริ่มแรกด้วยมูลค่าตามจำนวนเงินทดรองจ่ายที่จ่ายจริงและวัดมูลค่าต่อมาด้วยจำนวนเงินที่เหลือหลังหักค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในระหว่างงวด

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

2. Accounting policies (Cont'd)

2.7 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.

2.8 Equipment

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 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.

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
Electronic and radiogram equipment	10 years
Advertising equipment	5 years
Computers	3-5 years
Household equipment	5 years
Vehicles	5 years

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.7 วัสดุคงเหลือ

วัสดุคงเหลือ หมายถึง สินทรัพย์ที่สำนักงานฯ มีไว้เพื่อใช้ในการดำเนินงานตามปกติ โดยทั่วไปมีมูลค่าไม่สูงและไม่มีความเสี่ยงสูง วัสดุคงเหลือแสดงในราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่ได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่าซึ่งต้นทุนวัสดุคำนวณโดยใช้วิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

2.8 อุปกรณ์

อุปกรณ์ แสดงรายการด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าเผื่อการลดลงของมูลค่า (ถ้ามี) และรับรู้ในบัญชีสินทรัพย์เฉพาะรายการที่มีมูลค่าตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป

ราคาทุนของรายการอุปกรณ์ รวมถึง ราคาซื้อ ออกรักษาเข้า ภาษีซื้อที่เรียกคืนไม่ได้ (หลังหักส่วนลดการค้า และจำนวนที่ได้รับคืนจากผู้ขาย) และต้นทุนทางตรงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสินทรัพย์เพื่อให้สินทรัพย์นั้นอยู่ในสถานที่และสภาพที่พร้อมจะใช้งานได้ตามความประสงค์ของฝ่ายบริหาร รวมทั้งต้นทุนที่ประมาณที่ดีที่สุดสำหรับการรื้อ การขนย้าย และการบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์ ซึ่งเป็นภาระผูกพันของกิจการที่เกิดขึ้นเมื่อกิจการได้สินทรัพย์นั้นมาหรือเป็นผลจากการใช้สินทรัพย์นั้นในช่วงเวลาหนึ่ง

ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยใช้วิธีเส้นตรงเพื่อลดราคาตามบัญชีของสินทรัพย์แต่ละชนิดตลอดอายุการให้ประโยชน์ที่ประมาณการไว้ของสินทรัพย์ ดังนี้

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

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

2. Accounting policies (Cont'd)

2.8 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

Computer software is valued at cost less accumulated amortisation. 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.

2.10 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.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.8 อุปกรณ์ (ต่อ)

ในกรณีที่มีข้อบ่งชี้ว่ารายการอุปกรณ์ มีมูลค่าลดลงอย่างถาวร เช่น มีหลักฐานแสดงให้เห็นว่าสินทรัพย์ล้าสมัยหรือชำรุดเสียหาย หรือ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับลักษณะที่ใช้หรือคาดว่าจะใช้สินทรัพย์ สำนักงานฯ จะรับรู้ผลขาดทุนจากการลดลงของมูลค่าของอุปกรณ์ในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน หากราคาตามบัญชีสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ซึ่งมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึง มูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายหรือมูลค่าจากการใช้ของสินทรัพย์นั้น แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า

2.9 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

โปรแกรมคอมพิวเตอร์แสดงด้วยราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม ราคาทุนของโปรแกรมคอมพิวเตอร์รวมถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นในการจัดหาหรือพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในส่วนที่ระบุได้โดยตรงว่าเกี่ยวข้องกับการจัดหาหรือพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือต้นทุนในการได้มาซึ่งสิทธิในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยจะตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุประมาณการให้ประโยชน์ 5 ปี

2.10 สัญญาเช่าระยะยาว – กรณีที่สำนักงานฯ เป็นผู้เช่า

สัญญาเช่าระยะยาวเพื่อเช่าสินทรัพย์ซึ่งผู้ให้เช่าเป็นผู้รับความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของเป็นส่วนใหญ่ สัญญาเช่านั้นถือเป็นสัญญาเช่าดำเนินงาน เงินที่ต้องจ่ายภายใต้สัญญาเช่าดังกล่าว (สุทธิจากสิ่งตอบแทนจูงใจที่ได้รับจากผู้ให้เช่า) จะบันทึกในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินโดยใช้วิธีเส้นตรงตลอดอายุของสัญญาเช่านั้น

2.11 ผลประโยชน์ของพนักงาน – กองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน

สำนักงานฯ จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพซึ่งเป็นลักษณะของแผนการจ่ายสมทบตามที่ได้กำหนดการจ่ายสมทบไว้แล้ว สินทรัพย์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ได้แยกออกไปจากสินทรัพย์ของสำนักงานฯ และได้รับการบริหารโดยผู้จัดการกองทุนภายนอก กองทุนสำรองเลี้ยงชีพดังกล่าวได้รับเงินสะสมเข้ากองทุนจากพนักงานและเงินสมทบจากสำนักงานฯ เงินจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เกิดรายการนั้น

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

2. Accounting policies (Cont'd)

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 recognised 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.

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.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.12 ประมาณการหนี้สิน

สำนักงานฯ จะบันทึกประมาณการหนี้สินเมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนของการเกิดภาระผูกพันในปัจจุบันตามกฎหมายหรือจากการอนุมานอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ในอดีต ภาระผูกพันดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลให้สูญเสียทรัพยากรที่มีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเพื่อชำระภาระผูกพัน และจำนวนที่ต้องจ่ายสามารถประมาณการได้อย่างน่าเชื่อถือ เช่น หนี้สินค่าชดเชยความเสียหาย หนี้สินผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน และ ต้นทุนการรื้อถอน สำนักงานฯ จะรับรู้ประมาณการหนี้สิน ด้วยจำนวนประมาณการที่ดีที่สุดของรายการที่จะต้องจ่ายชำระ

หากสำนักงานฯ คาดว่าจะได้รับคืนจากรายจ่ายที่จ่ายชำระไปตามประมาณการหนี้สินทั้งหมดหรือบางส่วนอย่างแน่นอน สำนักงานฯ จะรับรู้รายการที่ได้รับคืนเป็นสินทรัพย์แยกต่างหาก แต่ต้องไม่เกินจำนวนประมาณการหนี้สินที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานฯ ได้ประมาณการหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์ของพนักงานหลังออกจากงานตามระเบียบสำนักงานฯ ว่าด้วยสวัสดิการและสิทธิประโยชน์อื่นของพนักงานและลูกจ้าง พ.ศ. 2554 ซึ่งคำนวณโดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย

2.13 การรับรู้รายได้

เงินงบประมาณรับจากรัฐบาลเป็นลักษณะจ่ายขาดจากรัฐบาลโดยไม่มีเงื่อนไข จึงรับรู้เป็นรายได้จากเงินงบประมาณเมื่อได้รับเงิน

รายได้ดอกเบี้ยรับรู้ตามเกณฑ์สัดส่วนของเวลา

รายได้อื่นรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

2.14 การรับรู้ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายรับรู้ตามเกณฑ์คงค้างเมื่อรายการนั้นเกิดขึ้น ยกเว้น ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อได้รับการอนุมัติให้จ่ายแก่ผู้มีสิทธิและได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันแล้ว

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

3. Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014	2013
	Baht	Baht
Cash	100,000	52,969
Current account	2,000	2,000
Savings account	272,223,650	266,352,873
Fixed deposit – 3 months	203,435,254	208,284,133
Total cash and cash equivalents	475,760,904	474,691,975

4. Short-term investment

Short-term investment as at 30 September 2014 and 2013 is as follows:

	2014	2013
	Baht	Baht
Fixed deposit – 6 months to 1 year	87,136,608	68,494,890
Total short-term investment	87,136,608	68,494,890

5. Account receivables

Account receivables as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014	2013
	Baht	Baht
Advance receivables	457,246	954,661
Advance receivables for organizing exhibitions	8,490,798	8,849,230
Other receivables – other local organizations	935	46,437
Interest receivable	390,619	764,357
Total account receivables	9,339,598	10,614,685

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

3. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
เงินสด	100,000	52,969
เงินฝากกระแสรายวัน	2,000	2,000
เงินฝากออมทรัพย์	272,223,650	266,352,873
เงินฝากประจำประเภท 3 เดือน	203,435,254	208,284,133
รวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	475,760,904	474,691,975

4. เงินลงทุนระยะสั้น

เงินลงทุนระยะสั้น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
เงินฝากประจำประเภท 6 เดือน - 1 ปี	87,136,608	68,494,890
รวมเงินลงทุนระยะสั้น	87,136,608	68,494,890

5. ลูกหนี้

ลูกหนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
ลูกหนี้เงินทรองจ่าย	457,246	954,661
ลูกหนี้เงินสำรองจ่ายงานนิทรรศการ	8,490,798	8,849,230
ลูกหนี้หน่วยงานอื่นในประเทศ	935	46,437
ดอกเบี้ยค้างรับ	390,619	764,357
รวมลูกหนี้	9,339,598	10,614,685

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

6. Supplies

Supplies as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Marketing supplies	-	1,043,363
Office supplies	-	45,068
Total supplies	-	1,088,431

7. Other current assets

Other current assets as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Prepaid expenses for organising exhibitions	13,619,945	5,039,130
Other prepaid expenses	3,173,239	4,023,547
Deposit for office renovation	-	900,000
Refundable of air tickets	27,980	82,598
Total other current assets	16,821,164	10,045,275

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

6. วัสดุคงเหลือ

วัสดุคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
วัสดุอุปกรณ์ทางการตลาด	-	1,043,363
วัสดุสำนักงาน	-	45,068
รวมวัสดุคงเหลือ	-	1,088,431

7. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
ค่าจัดนิทรรศการจ่ายล่วงหน้า	13,619,945	5,039,130
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้าอื่น	3,173,239	4,023,547
เงินประกันค่าตกแต่งสำนักงาน	-	900,000
ค่าตัวโดยสารรอรับคืน	27,980	82,598
รวมสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	16,821,164	10,045,275

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

8. Equipment

Equipment as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	Leasehold improvement Baht	Office equipment Baht	Electronic and radiogram equipment Baht
As at 1 October 2013			
Cost	41,431,144	5,943,191	5,522,829
<u>Less</u> Accumulated depreciation	(11,044,702)	(2,994,260)	(2,483,560)
<u>Less</u> Allowance for impairment	-	(83,303)	(458,453)
Net book amount	30,386,442	2,865,628	2,580,816
For the year ended 30 September 2014			
Opening net book amount	30,386,442	2,865,628	2,580,816
Additions	741,608	560,837	92,448
Write-off, net	-	(25,392)	-
Depreciation charge	(4,207,498)	(613,027)	(447,962)
Closing net book amount	26,920,552	2,788,046	2,225,302
As at 30 September 2014			
Cost	42,172,752	6,347,313	4,533,728
<u>Less</u> Accumulated depreciation	(15,252,200)	(3,559,267)	(2,308,426)
Net book amount	26,920,552	2,788,046	2,225,302

Advertising equipment Baht	Computers Baht	Household equipment Baht	Vehicle Baht	Total Baht
547,459 (209,567)	11,913,843 (6,487,658)	148,501 (87,904)	290,000 (122,197)	65,796,967 (23,429,848)
-	-	-	-	(541,756)
337,892	5,426,185	60,597	167,803	41,825,363
337,892	5,426,185	60,597	167,803	41,825,363
122,552	1,392,498	5,140	-	2,915,083
-	-	-	-	(25,392)
(109,299)	(2,727,722)	(21,758)	(58,000)	(8,185,266)
351,145	4,090,961	43,979	109,803	36,529,788
670,011 (318,866)	13,306,341 (9,215,380)	153,641 (109,662)	290,000 (180,197)	67,473,786 (30,943,998)
351,145	4,090,961	43,979	109,803	36,529,788

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

8. อุปกรณ์

อุปกรณ์ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	ส่วนปรับปรุงอาคาร สำนักงานเช่า บาท	ครุภัณฑ์สำนักงาน บาท	ครุภัณฑ์ไฟฟ้า และวิทยุ บาท
ณ วันที่ 1 ตุลาคมพ.ศ. 2556			
ราคาทุน	41,431,144	5,943,191	5,522,829
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	(11,044,702)	(2,994,260)	(2,483,560)
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่า	-	(83,303)	(458,453)
ราคาตามบัญชี – สุทธิ	30,386,442	2,865,628	2,580,816
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557			
ราคาตามบัญชีต้นปี – สุทธิ	30,386,442	2,865,628	2,580,816
เพิ่มขึ้น	741,608	560,837	92,448
ตัดจำหน่าย	-	(25,392)	-
ค่าเสื่อมราคา	(4,207,498)	(613,027)	(447,962)
ราคาตามบัญชีปลายปี – สุทธิ	26,920,552	2,788,046	2,225,302
ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557			
ราคาทุน	42,172,752	6,347,313	4,533,728
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	(15,252,200)	(3,559,267)	(2,308,426)
ราคาตามบัญชี – สุทธิ	26,920,552	2,788,046	2,225,302

ครุภัณฑ์โฆษณา และเผยแพร่ บาท	ครุภัณฑ์ คอมพิวเตอร์ บาท	ครุภัณฑ์ งานบ้าน งานครัว บาท	ครุภัณฑ์ยานพาหนะ และขนส่ง บาท	รวม บาท
547,459 (209,567)	11,913,843 (6,487,658)	148,501 (87,904)	290,000 (122,197)	65,796,967 (23,429,848)
-	-	-	-	(541,756)
337,892	5,426,185	60,597	167,803	41,825,363
337,892	5,426,185	60,597	167,803	41,825,363
122,552	1,392,498	5,140	-	2,915,083
-	-	-	-	(25,392)
(109,299)	(2,727,722)	(21,758)	(58,000)	(8,185,266)
351,145	4,090,961	43,979	109,803	36,529,788
670,011 (318,866)	13,306,341 (9,215,380)	153,641 (109,662)	290,000 (180,197)	67,473,786 (30,943,998)
351,145	4,090,961	43,979	109,803	36,529,788

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

9. Intangible assets

Intangible assets as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	Computer software Baht	Computer software in progress Baht	Total Baht
As at 1 October 2013			
Cost	58,129,796	3,119,893	61,249,689
<u>Less</u> Accumulated amortisation	(15,291,936)	-	(15,291,936)
Net book amount	42,837,860	3,119,893	45,957,753
For the year ended 30 September 2014			
Opening net book amount	42,837,860	3,119,893	45,957,753
Additions	398,576	4,439,571	4,838,147
Write-off, net	-	(1,614,923)	(1,614,923)
Transfer in / (out)	5,750,550	(5,750,550)	-
Amortisation charges	(11,240,127)	-	(11,240,127)
Closing net book amount	37,746,859	193,991	37,940,850
As at 30 September 2014			
Cost	64,278,922	193,991	64,472,913
<u>Less</u> Accumulated depreciation	(26,532,063)	-	(26,532,063)
Net book amount	37,746,859	193,991	37,940,850

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

9. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	โปรแกรม คอมพิวเตอร์ บาท	โปรแกรม คอมพิวเตอร์ ระหว่างพัฒนา บาท	รวม บาท
ณ วันที่ 1 ตุลาคมพ.ศ. 2556			
ราคาทุน	58,129,796	3,119,893	61,249,689
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(15,291,936)	-	(15,291,936)
ราคาตามบัญชี – สุทธิ	42,837,860	3,119,893	45,957,753
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557			
ราคาตามบัญชีต้นปี – สุทธิ	42,837,860	3,119,893	45,957,753
เพิ่มขึ้น	398,576	4,439,571	4,838,147
ตัดจำหน่าย	-	(1,614,923)	(1,614,923)
โอนเข้า / (ออก)	5,750,550	(5,750,550)	-
ค่าตัดจำหน่าย	(11,240,127)	-	(11,240,127)
ราคาตามบัญชีปลายปี – สุทธิ	37,746,859	193,991	37,940,850
ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557			
ราคาทุน	64,278,922	193,991	64,472,913
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(26,532,063)	-	(26,532,063)
ราคาตามบัญชี – สุทธิ	37,746,859	193,991	37,940,850

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

10. Deposit

Deposit as at 30 September 2014 and 2013 is as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Office rental deposits	3,907,177	3,907,177
Others	67,980	64,680
Total deposit	<u>3,975,157</u>	<u>3,971,857</u>

11. Account payables

Account payables as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Local payables	61,686,057	66,546,153
Overseas payables	1,748,994	16,334,539
Accrued expenses	1,930,201	1,720,828
Total account payables	<u>65,365,252</u>	<u>84,601,520</u>

Local payables included liabilities of Baht 8.52 million which were under the lawsuit process (Note 22).

12. Other current liabilities

Account payables as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Unearned income - registration fee	1,852,367	2,448,532
Withholding tax payable	1,608,145	1,067,198
VAT payable	369,086	457,949
Total other current liabilities	<u>3,829,598</u>	<u>3,973,679</u>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

10. เงินมัดจำจ่าย

เงินมัดจำจ่าย ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
เงินมัดจำค่าเช่าสำนักงาน	3,907,177	3,907,177
เงินมัดจำอื่น	67,980	64,680
รวมเงินมัดจำจ่าย	3,975,157	3,971,857

11. เจ้าหนี้

เจ้าหนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
เจ้าหนี้วัสดุและบริการ – ในประเทศ	61,686,057	66,546,153
เจ้าหนี้วัสดุและบริการ – ต่างประเทศ	1,748,994	16,334,539
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	1,930,201	1,720,828
รวมเจ้าหนี้	65,365,252	84,601,520

เจ้าหนี้วัสดุและบริการ-ในประเทศ ได้รวมหนี้สินจำนวน 8.52 ล้านบาท ซึ่งเป็นหนี้สินที่อยู่ระหว่างการฟ้องร้อง ตามรายละเอียดในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 22

12. หนี้สินหมุนเวียนอื่น

หนี้สินหมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
รายได้ค่าลงทะเบียนรับล่วงหน้า	1,852,367	2,448,532
ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายค้างจ่าย	1,608,145	1,067,198
ภาษีมูลค่าเพิ่มค้างจ่าย	369,086	457,949
รวมหนี้สินหมุนเวียนอื่น	3,829,598	3,973,679

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

13. Retention

Retention as at 30 September 2014 and 2013 is as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Retention for contracts	6,293,299	4,347,650
Retention for bidding	1,750,000	2,613,300
Retention for performance	120,000	-
Total retention	8,163,299	6,960,950

14. Provisions

Provisions as at 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Post employment benefit	8,906,906	6,326,943
Decommissioning cost	6,755,980	6,755,980
Total provisions	15,662,886	13,082,923

15. 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 entrepreneurs and prospective customers.

16. Personnel expenses

Personnel expenses for the year ended 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Salaries	90,830,282	83,779,671
Annual rewards	6,710,833	6,326,390
Provident fund contribution expenses	4,377,917	3,895,344
Staff welfare	12,821,557	10,449,856
Post employment benefit	3,159,863	1,724,948
Total personnel expenses	117,900,452	106,176,209

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

13. เงินประกัน

เงินประกัน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
เงินประกันสัญญา	6,293,299	4,347,650
หลักประกันซอง	1,750,000	2,613,300
เงินประกันผลงาน	120,000	-
รวมเงินประกัน	8,163,299	6,960,950

14. ประมาณการหนี้สิน

ประมาณการหนี้สิน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
ผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	8,906,906	6,326,943
ต้นทุนการรื้อถอน	6,755,980	6,755,980
รวมประมาณการหนี้สิน	15,662,886	13,082,923

15. รายได้ค่าล่วงกะเบียดเข้าร่วมงานนิทรรศการ

รายได้ค่าล่วงกะเบียดเข้าร่วมงานนิทรรศการเป็นรายได้ที่สำนักงานฯ จัดเก็บจากผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยที่มีความประสงค์เข้าร่วมงาน Trade Show และ Road Show กับสำนักงานฯ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับผู้เข้าร่วมงาน

16. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร

ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรสำหรับปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
เงินเดือน	90,830,282	83,779,671
เงินรางวัลประจำปี	6,710,833	6,326,390
เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	4,377,917	3,895,344
ค่าสวัสดิการพนักงาน	12,821,557	10,449,856
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	3,159,863	1,724,948
รวมค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	117,900,452	106,176,209

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

17. Administrative expenses

Administrative expenses for the year ended 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014	2013
	Baht	Baht
Training expenses	15,463,308	12,886,578
Travelling expenses	49,963,238	45,271,774
Rental expenses	18,192,567	17,670,382
Utility expenses	4,400,704	3,257,536
Meeting expenses	2,846,250	3,041,500
Remuneration to external parties	19,009,633	19,389,440
Other service fees	21,960,363	11,725,247
Other expenses	8,781,343	7,300,691
Total administrative expenses	140,617,406	120,543,148

18. Marketing and promotion expenses

Marketing and promotion expenses for the year ended 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014	2013
	Baht	Baht
Marketing supplies	7,207,766	6,674,038
Public relation expenses	130,409,105	169,116,520
Booth expenses	25,682,916	27,729,856
Area and equipment rental	23,571,584	22,921,852
Marketing and research expenses	9,606,930	23,286,885
Promotion expenses	189,478,178	113,461,261
Total marketing and promotion expenses	385,956,479	363,190,412

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

17. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสำหรับปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม	15,463,308	12,886,578
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	49,963,238	45,271,774
ค่าเช่า	18,192,567	17,670,382
ค่าสาธารณูปโภค	4,400,704	3,257,536
ค่าเบี้ยประชุม	2,846,250	3,041,500
ค่าตอบแทนบุคคลภายนอก	19,009,633	19,389,440
ค่าจ้างเหมาบริการอื่น	21,960,363	11,725,247
ค่าใช้จ่ายอื่น	8,781,343	7,300,691
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	140,617,406	120,543,148

18. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด

ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาดสำหรับปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
ค่าวัสดุทางการตลาด	7,207,766	6,674,038
ค่าประชาสัมพันธ์	130,409,105	169,116,520
ค่าบูธ	25,682,916	27,729,856
ค่าเช่าพื้นที่และอุปกรณ์	23,571,584	22,921,852
ค่าวิจัยตลาด	9,606,930	23,286,885
ค่าส่งเสริมทางการตลาด	189,478,178	113,461,261
รวมค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	385,956,479	363,190,412

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

19. Grants

Grants for the year ended 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Grants – Non-profit private organization	47,146,772	25,103,051
Grants – Overseas private organization	32,239,586	30,949,851
Grants – Thai private organization	110,048,972	55,570,987
Grants – Government bureau	22,308,105	1,951,515
Total grants	<u>211,743,435</u>	<u>113,575,404</u>

20. Non-operating expenses

Non-operating expenses for the year ended 30 September 2014 and 2013 are as follows:

	2014 Baht	2013 Baht
Gains on foreign exchange translation	(40,128)	(417,500)
Write off equipment and intangible assets	1,640,314	6,134,932
Losses from impairment of fixed assets	-	541,756
Total non-operating expenses	<u>1,600,186</u>	<u>6,259,188</u>

21. Commitments

As at 30 September 2014 and 2013, TCEB entered into a lease and service agreement for office at Siam Tower and entered into operating contracts. These contracts are operating leases and irrevocable. The future aggregate minimum lease payments are as follow:

	2014 Baht	2013 Baht
Less than 1 year	98,340,012	101,429,941
Over 1 year but less than 5 years	7,872,135	23,616,405
	<u>106,212,147</u>	<u>125,046,346</u>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

19. ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน

ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนสำหรับปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร	47,146,772	25,103,051
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนต่างประเทศ	32,239,586	30,949,851
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนไทย	110,048,972	55,570,987
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนหน่วยงานราชการ	22,308,105	1,951,515
รวมค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	211,743,435	113,575,404

20. ค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงานสำหรับปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
กำไรจากการแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ	(40,128)	(417,500)
การตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน / อุปกรณ์	1,640,314	6,134,932
ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์	-	541,756
รวมค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน	1,600,186	6,259,188

21. ภาระผูกพัน

ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 สำนักงานฯ ทำสัญญาเช่าอาคารและบริการเพื่อใช้เป็นสำนักงาน ณ อาคารสยามทาวเวอร์ และสัญญาจ้างดำเนินงาน สัญญาเหล่านี้เป็นสัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ ยอดรวมของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายในอนาคตมีดังนี้

	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556
	บาท	บาท
ภายใน 1 ปี	98,340,012	101,429,941
เกินกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	7,872,135	23,616,405
	106,212,147	125,046,346

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

22. Lawsuits

As at 30 September 2013, there were 4 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. On 10 April 2014, the Central Administrative Court ruled TCEB to pay damages of Baht 3.13 million with interest 7.5% per annum within 60 days from final judgement date. However, TCEB appealed the judgement on 8 May 2014. The lawsuit is currently under the consideration of the Supreme 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. On 18 August 2011, the Central Administrative Court dismissed the case and the plaintiff subsequently appealed the judgement. Subsequently, the Supreme Administrative Court confirmed, on 20 January 2015, the judgement of the Central Administrative Court. Therefore, the case is finalised.
- 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 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.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

22. คดีฟ้องร้องทางกฎหมาย

ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557 สำนักงานฯ มีคดีความที่ถูกฟ้องร้อง 4 คดี รวมทรัพย์รวมทั้งหมด 53.12 ล้านบาท คดีดังกล่าวเกี่ยวกับการให้خذใช้ค่าเสียหายตามสัญญา ซึ่งเกี่ยวข้องกับกรณีที่สำนักงานฯ ระวังการจ่ายเงินให้คู่สัญญาในปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 เนื่องจากมีการตรวจสอบสัญญาและพบความผิดปกติ สำนักงานฯ ได้ส่งเอกสารหลักฐานให้สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2550 รายละเอียดของคดีดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

- 1) เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2551 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 1524/2551 เรียกให้ชดใช้เงินเนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของ คิดเป็นทรัพย์จำนวน 22.27 ล้านบาท ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2557 ให้สำนักงานฯ ชำระเงินจำนวน 3.13 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ให้แล้วเสร็จภายใน 60 วันนับแต่วันที่คดีถึงที่สุด แต่สำนักงานฯ ได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ปัจจุบันคดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองสูงสุด
- 2) เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2551 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลางเป็นคดีหมายเลขดำที่ 1525/2551 เรียกให้ชดใช้เงินเนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของ คิดเป็นทรัพย์จำนวน 2.38 ล้านบาท ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2554 ให้ยกฟ้องแต่ผู้ฟ้องคดีได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษา ต่อมาเมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2558 ศาลปกครองสูงสุดพิพากษายืนตามศาลปกครองกลาง คดีจึงถือเป็นที่ยืน
- 3) เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลางเป็นคดีหมายเลขดำที่ 318/2553 เรียกให้ชดใช้เงินเนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของ คิดเป็นทรัพย์จำนวน 23.32 ล้านบาท ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2556 ให้สำนักงานฯ ชำระเงินจำนวน 15.16 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ของต้นเงินจำนวน 14.26 ล้านบาท นับถัดจากวันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จ สำนักงานฯ ได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาเมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2556 ปัจจุบันคดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองสูงสุด ทั้งนี้ สำนักงานฯ ได้บันทึกค่างวดงานที่ยังไม่ได้จ่ายตามสัญญานี้ไว้เป็นเจ้าหนี้ในงบการเงินแล้วจำนวน 8.52 ล้านบาท
- 4) เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 2014/2554 เรียกให้ชดใช้เงินเนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของ คิดเป็นทรัพย์จำนวน 5.16 ล้านบาท ปัจจุบันคดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองกลาง

ผลสุดท้ายของคดีความดังกล่าวข้างต้นยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ในขณะนี้ และฝ่ายบริหารเชื่อว่าจะไม่ทำให้เกิดผลเสียหายอย่างเป็นสาระสำคัญ ดังนั้นจึงไม่ได้บันทึกประมาณการหนี้สินเพิ่มเติมไว้ในงบการเงิน

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

23. Reclassification

The comparative figures have been reclassified to conform with changes in presentation of current year as follows:

	Before reclassification Baht	Increase/ (decrease) Baht	After reclassification Baht
Statement of financial position			
as at 30 September 2013			
Account receivables	9,850,328	764,357	10,614,685
Interest receivables	764,357	(764,357)	-
Prepaid expenses	9,062,677	(9,062,677)	-
Other current assets	982,598	9,062,677	10,045,275
Account payables	82,880,692	1,720,828	84,601,520
Accrued expenses	1,720,828	(1,720,828)	-
Unearned income – registration fee	2,448,532	(2,448,532)	-
Other current liabilities	1,525,147	2,448,532	3,973,679
Statement of financial performance			
for the year ended 30 September 2013			
Administrative expenses	156,177,967	(35,634,819)	120,543,148
Marketing and promotion expenses	327,555,593	35,634,819	363,190,412

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

23. การจัดประเภทรายการใหม่

ตัวเลขเปรียบเทียบได้มีการจัดประเภทใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการนำเสนอรายการในงบการเงินปีปัจจุบัน ดังนี้

	ก่อนจัด ประเภทใหม่ บาท	เพิ่ม / (ลด) บาท	หลังจัด ประเภทใหม่ บาท
งบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556			
ลูกหนี้	9,850,328	764,357	10,614,685
ดอกเบียค้างรับ	764,357	(764,357)	-
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	9,062,677	(9,062,677)	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	982,598	9,062,677	10,045,275
เจ้าหนี้	82,880,692	1,720,828	84,601,520
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	1,720,828	(1,720,828)	-
รายได้ค่าลงทะเบียนรับล่วงหน้า	2,448,532	(2,448,532)	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	1,525,147	2,448,532	3,973,679
งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน			
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556			
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	156,177,967	(35,634,819)	120,543,148
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	327,555,593	35,634,819	363,190,412

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended 30 September 2014

24. Budgeting report

Budgeting report for the year ended 30 September 2014 and 2013 are as follows:

		2014			
	Total Baht	Reserve Baht	PO/Contract Baht	Payment Baht	Ending Baht
Budget plan					
Government budget appropriations	880,259,200	-	-	880,259,200	-
Total	880,259,200	-	-	880,259,200	-

		2013			
	Total Baht	Reserve Baht	PO/Contract Baht	Payment Baht	Ending Baht
Budget plan					
Government budget appropriations	870,484,200	-	-	870,484,200	-
Total	870,484,200	-	-	870,484,200	-

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2557

24. รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่าย

รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2556 มีรายละเอียดดังนี้

		พ.ศ. 2557				
		งบสุทธิ บาท	การสำรองเงิน บาท	ใบสั่งซื้อ/สัญญา บาท	เบิกจ่าย บาท	คงเหลือ บาท
แผนงบประมาณ						
งบอุดหนุน		880,259,200	-	-	880,259,200	-
รวม		880,259,200	-	-	880,259,200	-

		พ.ศ. 2556				
		งบสุทธิ บาท	การสำรองเงิน บาท	ใบสั่งซื้อ/สัญญา บาท	เบิกจ่าย บาท	คงเหลือ บาท
แผนงบประมาณ						
งบอุดหนุน		870,484,200	-	-	870,484,200	-
รวม		870,484,200	-	-	870,484,200	-

Financial Statement Analysis

The analysis of the strengths of the Statement of Financial Position shows that total assets of TCEB in 2014 were 574.48 million baht, an increase of 26.41 million baht or a 5% growth on 2013, because of the rise in total assets by 10.81 million baht and the decrease in total liabilities by 15.60 million baht.

- **Total assets** in 2014 were 667.50 million baht, an increase on 656.69 million baht in 2013. Current assets increased by 4% when compared to the previous year due to the increment in cash, cash equivalents, and short-term investment from 543.19 million baht in 2013 to 562.90 million baht in 2014. Other current assets also increased, from 10.05 million baht in 2013 to 16.82 million baht in 2014. Non-current assets reduced by 15% per the reduction of equipment by 13% when compared to the previous year, or a decrease of 5.30 million baht, and the reduction of intangible assets by 17% when compared to the previous year or a decrease of 8.02 million baht.
- **Total liabilities** in 2014 were 93.02 million baht, a decline of 15.60 million baht from 108.62 million baht in 2013. Current liabilities declined by 22% when compared to the previous year, or a decrease of 19.38 million baht from 88.58 million baht in 2013 to 69.19 million baht in 2014. This represented the decline in account payable from 84.60 million baht in 2013 to 65.37 million baht in 2014, a decrease of 23%, and the reduction of other current liabilities by 4% when compared to the previous year, or a decrease of 0.14 million baht from 3.97 million baht in 2013 to 3.83 million baht in 2014. Non-current assets increased by 19% when compared to the previous year, or an increase of 3.78 million baht, per the increment in retention from 6.96 million baht in 2013 to 8.16 million baht in 2014, and provisions to increase from 13.08 million baht in 2013 to 15.66 million baht in 2014.

บทวิเคราะห์งบการเงิน

การวิเคราะห์ความแข็งแกร่งของงบแสดงฐานะทางการเงิน ในปี 2557 สินทรัพย์สุทธิของ สสพ. เท่ากับ 574.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2556 จำนวน 26.41 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5% โดยสาเหตุหลักมาจาก สินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น 10.81 ล้านบาทและหนี้สินลดลง 15.60 ล้านบาท

- **สินทรัพย์ทั้งหมด** ในปี 2557 เท่ากับ 667.50 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ซึ่งเท่ากับ 656.69 ล้านบาท สินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้น 4% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน สาเหตุมาจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น เพิ่มขึ้นจาก 543.19 ล้านบาท ในปี 2556 มาที่ 562.90 ล้านบาท ในปี 2557 และการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น โดยเพิ่มขึ้นจาก 10.05 ล้านบาทในปี 2556 มาที่ 16.82 ล้านบาทในปี 2557 ในส่วนสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนลดลง 15% โดยสาเหตุมาจากการลดลงอุปกรณ์ 13% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือลดลง 5.30 ล้านบาท และการลดลงของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 17% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือลดลง 8.02 ล้านบาท
- **หนี้สินทั้งหมด** ในปี 2557 เท่ากับ 93.02 ล้านบาท ลดลง 15.60 ล้านบาทจากปี 2556 ซึ่งเท่ากับ 108.62 ล้านบาท หนี้สินหมุนเวียนลดลง 22 % เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือลดลง 19.38 ล้านบาท จาก 88.58 ล้านบาทในปี 2556 เป็น 69.19 ล้านบาทในปี 2557 สาเหตุมาจากการลดลงของเจ้าหนี้ ซึ่งลดลงจาก 84.60 ล้านบาทในปี 2556 เป็น 65.37 ล้านบาทในปี 2557 คิดเป็นลดลง 23% และหนี้สินหมุนเวียนอื่น ซึ่งลดลง 4% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือลดลง 0.14 ล้านบาท จาก 3.97 ล้านบาทในปี 2556 เป็น 3.83 ล้านบาทในปี 2557 ในส่วนของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนเพิ่มขึ้น 19% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.78 ล้านบาท สาเหตุมาจากการที่เงินประกันเพิ่มขึ้นจาก 6.96 ล้านบาทในปี 2556 เป็น 8.16 ล้านบาทในปี 2557 และประมาณการหนี้สิน เพิ่มขึ้นจาก 13.08 ล้านบาทในปี 2556 เป็น 15.66 ล้านบาทในปี 2557

Statement of Financial Performance in 2014 recorded the total revenues from operations at 903.66 million baht, total operating expenses at 875.64 million baht, and non-operating expenses at 1.60 million baht. The revenues over expenses in 2014 at 26.41 million baht, a decrease from 2013 - which was recorded at 173.36 million baht – to 146.95 million baht or a decline by 85%.

- **Total revenues from operations** rose 1% or an increase of 5.53 million baht from 898.12 million baht in 2013 to 903.66 million baht in 2014 per the 1% increment on Government budget appropriations from 870.48 million baht to 880.26 million baht. Nevertheless, the income from registration fee for exhibition participation declined by 23 per cent from 7.61 million baht to 5.89 million baht, interest income from deposits at financial institutions reduced by 11 per cent from 16.19 million baht to 14.36 million baht, and other income reduced by 36% from 1.95 million baht to 1.26 million baht.
- **Total operating expenses** in 2014 increased by 22% when compared to the previous year, or an increase of 718.50 million baht to 875.64 million baht. This was because of the increment on grants by 86% or 98.17 million baht when compared to the previous year, administrative expenses rose by 17% or 20.07 million baht, personnel expenses increased by 11% or 11.72 million baht, marketing and promotion expenses increased by 6% or 22.77 million baht, and depreciation and amortisation increased by 29% or 4.41 million baht when compared to the previous year.

ผลการดำเนินงาน รายได้จากการดำเนินงานปี 2557 เท่ากับ 903.66 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน เท่ากับ 875.64 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน เท่ากับ 1.60 ล้านบาท ทำให้ รายได้ สูง(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิปี 2557 เท่ากับ 26.41 ล้านบาท ลดลงจากปี 2556 ซึ่งเท่ากับ 173.36 ล้านบาท เป็นจำนวน 146.95 ล้านบาท หรือลดลง 85%

- **รายได้จากการดำเนินงาน** เพิ่มขึ้น 1% หรือเพิ่มขึ้น 5.53 ล้านบาท จาก 898.12 ล้านบาทในปี 2556 เป็น 903.66 ล้านบาทในปี 2557 เนื่องจากรายได้จากเงินงบประมาณ เพิ่มขึ้น 1% จาก 870.48 ล้านบาทเป็น 880.26 ล้านบาท โดยทั้งนี้ รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการ ลดลง 23% จาก 7.61 ล้านบาทเป็น 5.89 ล้านบาท รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากสถาบันการเงิน ลดลง 11% จาก 16.19 ล้านบาทเป็น 14.36 ล้านบาทและรายได้อื่นลดลง 36% จาก 1.95 ล้านบาทเป็น 1.26 ล้านบาท
- **ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน** สำหรับปี 2557 เพิ่มขึ้น 22% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยเพิ่มขึ้น จาก 718.50 ล้านบาทเป็น 875.64 ล้านบาท สาเหตุเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน 86% หรือเพิ่มขึ้น 98.17 ล้านบาทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพิ่มขึ้น 17% หรือเพิ่มขึ้น 20.07 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น 11% หรือเพิ่มขึ้น 11.72 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด เพิ่มขึ้น 6% หรือเพิ่มขึ้น 22.77 ล้านบาท และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 29% หรือเพิ่มขึ้น 4.41 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน



TCEB

Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization)

Siam Tower, Floor 12B and 26,
989 Rama I Road, Pathumwan,
Bangkok 10330, Thailand
Tel: +66 2 694 6000
Fax: +66 2 658 1411
E-mail: info@tceb.or.th
Website: www.tceb.or.th

สสปบ.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

อาคารสยามทาวเวอร์ ชั้น 12B และ 26
เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์: +66 2 694 6000
โทรสาร: +66 2 658 1411
อีเมล: info@tceb.or.th
เว็บไซต์: www.tceb.or.th

จัดทำโดย

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร
Marketing and Corporate Image Department

