

TCEB NEWSLETTER



THAILAND
convention & exhibition bureau

www.tceb.or.th

Issue 7

May-June 09



GOVERNMENT ACCELERATES
THE MICE INDUSTRY
UNDERLINING "THE
THAI PEOPLE" AS THE
COUNTRY'S MAIN
SELLING POINT

รัฐบาลไทยเร่งเครื่อง ผลักดัน
อุตสาหกรรมไมซ์ ชูมาตรการภาครัฐ
กระตุ้นตลาด อินบาวนด์
เอาท์บาวนด์ ย้ำ “คนไทย”
จุดขายประเทศไทย

วราสารข่าว สสปน. ฉบับนี้เป็นฉบับพิเศษที่ได้รับเกียรติเป็นอย่างยิ่งจากท่านพลตรี สนั่น ขจรประศาสน์ รองนายกรัฐมนตรี ในฐานะผู้กำกับดูแล สสปน. และอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ร่วมเปิดมุมมองถึงสถานการณ์ไมซ์ในปัจจุบัน พร้อมมอบนโยบายของรัฐบาลไทยที่พร้อมสนับสนุนและกระตุ้นตลาดไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ

อ่านต่อหน้า 4-5 / See pages 4-5



4-5 GOVERNMENT ACCELERATES THE MICE INDUSTRY UNDERLINING "THE THAI PEOPLE" AS THE COUNTRY'S MAIN SELLING POINT



6-7 TCEB LAUNCHES FIVE FRESH STRATEGIES TO REVIVE MICE INDUSTRY



8-9 TCEB MOVES FORWARD "ROYAL INITIATIVE DISCOVERY" SCHEME EXPANDING MICE MARKET INTO ROYAL INITIATIVE PROJECTS



10-11 TCEB LAUNCHES "MEET IN THAILAND...PROSPEROUS THAILAND" AN EFFORT TO MOTIVATE DOMESTIC MICE MARKET



12-13 BUDDHIST LEADERS WORLDWIDE GATHER AT VESAK CELEBRATIONS ENCOURAGE APPLICATION OF BUDDHIST PRINCIPLES FOR TACKLING GLOBAL CRISIS



14-15 TCEB CREATES NEW STRATEGY TO EMPHASIZE THAILAND'S DIVERSITY DISTRIBUTION OF CONSUMER SPENDING POWER FOLLOWING CLUSTERED MARKETING



16 TCEB ESTABLISHES SHANGHAI OFFICE TO PENETRATE CHINESE MARKET



THAILAND
convention & exhibition bureau
TCEB Newsletter

TCEB – Marketing Communication Department

Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)
Siam Tower, 26th Floor, 989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok 10330
Tel: +66 2 694 6000
Fax: +66 2 658 1411
E-mail: info@tceb.or.th,
arisara_t@tceb.or.th

Chief Operating Officer: **Aeumsree Boonhachairat**

Editor: **Patcharee Lueng-uthai**

E-mail: patcharee@nationgroup.com

Contributors: **Suchat Sritama, Naipaporn Narata**

Copy Editor: **Brian Roddis**

Art Director: **Pradit Phulsarikij**

Photos: **TCEB, Nation photographers**

Assistant Senior Vice President – Supplement: **Wararak Leelertphan**
Tel: **(02) 338 3565**

E-mail: wararak@nationgroup.com

Publisher: **Nation Multimedia Group Plc on behalf of Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)**
1854 Bangna-Trat Rd, Bangna, Bangkok 10260 Thailand

Printed by: **Kyodo Nation Printing Co Ltd**
165/7 Moo 4, Bangna-Trat Rd Km 29.5, Bang Bo, Samut Prakan 10560
Tel: **(02) 313 4412-4**



สารจากรักษาการผู้อำนวยการ

ก่อนอื่น ดิฉันขออนุญาตเรียนให้ท่านผู้อ่าน วารสาร สสปน. ทราบว่า ขณะนี้ สสปน. กำลังอยู่ระหว่างการดำเนินการสรรหาผู้อำนวยการคนใหม่ และในระหว่างนี้ คณะกรรมการ สสปน. ได้แต่งตั้งให้ดิฉันทำหน้าที่รักษาการผู้อำนวยการ สสปน. ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน ที่ผ่านมา เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องตามแผนงานที่วางไว้ โดยเฉพาะแผนเร่งด่วนในการฟื้นฟู และ กระตุ้นอุตสาหกรรมไมซ์ที่ตอนนี้ ได้รับผลกระทบจากหลายปัจจัย ทั้งภาวะเศรษฐกิจโลก การเมือง และยิ่งเรื่องการแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009

วารสาร สสปน. ฉบับนี้ จะเต็มไปด้วยเนื้อหาของการฟื้นฟูและกระตุ้นอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ ที่เราได้รับเกียรติจาก พลตรี สนั่น ขจรประศาสน์ รองนายกรัฐมนตรี ในฐานะผู้กำกับดูแล สสปน. ได้กรุณาเปิดมุมมองถึง “ไมซ์” ที่เป็นกลไกสำคัญในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจชาติ รวมทั้งมาตรการช่วยเหลือที่เข้มข้นจากภาครัฐ ด้าน สสปน. เอง ก็เร่งยุทธศาสตร์เชิงรุกทุ่มงบประมาณ 200 ล้านบาท ในการดำเนินการ 5 ยุทธศาสตร์เร่งด่วน ที่เชื่อว่า “ไมซ์” ไทยจะฟื้นตัวได้ในไตรมาสที่ 2 และ 3 ของปี 2553 โดยท่านผู้อ่านสามารถติดตามรายละเอียดต่าง ๆ ได้ในเล่ม

และตั้งแต่ ฉบับนี้เป็นต้นไป สสปน. ได้เพิ่มคอลัมน์ “โครงการปิดทองหลังพระ” ซึ่งเป็นโครงการและกิจกรรมอันเนื่องมาจาก พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ที่มีมากมายทั่วประเทศ ซึ่งจะทำให้ท่านผู้อ่าน ได้ตระหนักถึงพระปรีชาญาณของพระเจ้าแผ่นดินของเรา ที่สร้างสรรค์โครงการอันเอื้อประโยชน์แก่คนไทยทั่วประเทศ โดยพื้นที่ในโครงการพระราชดำริหลากหลายโครงการ ได้รับความสนใจจาก ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากนานาประเทศในขณะนี้

ยังมีอีกหลายเรื่องราวที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็น โครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” ที่ชวนคนไทยหันมาจัดประชุมในประเทศ สร้างรายได้สู่ระบบเศรษฐกิจ การแต่งตั้งสำนักงานตัวแทน สสปน. ที่นครเซี่ยงไฮ้ เพื่อผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจการแสดงสินค้าของอาเซียน รวมทั้งภาพความยิ่งใหญ่ของการจัดงานวันวิสาขบูชาโลก ประจำปี 2552 ที่ สสปน. มีบทบาทสำคัญในการร่วมสนับสนุน ประชาสัมพันธ์งานและประเทศไทยให้เป็นที่ยึดมั่นในฐานะศูนย์กลางพระพุทธศาสนาโลก และสร้างความภาคภูมิใจแก่คนไทยทั้งชาติ

ก็ต้องขอฝากเนื้อ ฝากตัวกับท่านผู้อ่านในฉบับนี้ และพร้อมรับฟังคำแนะนำในทุก ๆ เรื่อง เพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไข ตลอดจนเสริมสร้างให้ “ไมซ์” ไทยก้าวเดินไปอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน

ศุภวรรณ ตีระรัตน์
ผู้อำนวยการ ฝ่ายงานแสดงสินค้านานาชาติ
รักษาการผู้อำนวยการ สสปน.

MESSAGE FROM ACTING PRESIDENT

First of all, I would like to inform all our readers that TCEB is now in the process of selecting a new president. Meanwhile, TCEB's board of directors has appointed me as acting president with effect from April 1. The appointment ensures that MICE activities can be continuously carried out in line with the TCEB's strategic plan, particularly as regards urgent measures to restore Thailand's image and motivate the MICE industry, which has been affected by the global economic crisis, political instability and the outbreak of type-A (H1N1) influenza, or swine flu.

This edition of the newsletter is full of content featuring the restoration and motivation of the MICE industry, as well as the government's stimulus measures. Deputy Prime Minister Major General Sanan Kajornprasart, who is in charge of TCEB, offers his opinion that MICE is a crucial mechanism in helping revive the country's economy. For this reason, the government is strongly supporting the industry.

Meanwhile, TCEB is aggressively gearing up with a budget of over Bt200 million being injected to develop five urgent strategies, with an expectation that the MICE industry will recover in the second or third quarters of 2009. Readers can get more details of these moves in this edition.

Starting with this issue, TCEB is providing an additional column – “Royal Initiative Discovery” – featuring the wide variety of projects and activities under the Royal initiatives developed all over the country. This will enable readers to better know and appreciate His Majesty the King's great intelligence and capability. Many of the Royal initiatives have become of interest to international MICE visitors.

In addition, there are interesting articles covering such topics as the “Meet in Thailand...Prosperous Thailand” campaign, which encourages Thais to hold meetings in the country and generate income for the economy. Others include the establishment of TCEB's representative office in Shanghai, which will help to drive Thailand forward as a preferred destination for exhibitions in Asean, plus the great success the Kingdom had in holding the United Nations Day of Vesak or UNDV 2009. TCEB plays an important role to support and promote the UNDV 2009 as well as Thailand as a hub of Buddhism of the world.

I would like to ask all of you to make – and we will sincerely accept – suggestions on any matter in order to improve and strengthen MICE as the industry of Thailand moving forward.

Supawan Teerarat

*Director of Exhibitions, Acting President
Thailand Convention and Exhibition Bureau*

ต่อจากหน้า 1

โดยล่าสุด ท่านยังได้เป็นผู้นำคณะรัฐบาล และผู้ประกอบการไมซ์ บุคคลาญี่ปุ่น สถานประกอบการเยือนของนายกรัฐมนตรี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านการค้า และการลงทุนในประเทศไทย

พลตรีสนั่น ขจรประศาสน์ เล่าให้เราฟังถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ว่า “ไมซ์ เป็น ธุรกิจที่สร้างรายได้เข้าประเทศไทยปีๆ หนึ่ง หลายหมื่นล้านบาท ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์เป็นผู้เดินทางกลุ่มคุณภาพ มีอำนาจการใช้จ่ายที่สูงเฉลี่ย 80,000 บาท ต่อ 1 ทริป และเป็น 3 เท่าของนักท่องเที่ยวทั่วไป จึงเป็นสาเหตุว่าทำไมในภาวะเศรษฐกิจโลกอย่างปัจจุบัน “ไมซ์” จะกลายเป็นอีกธุรกิจที่สามารถช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย”

ปีนี้ไทยเราได้รับผลกระทบ ทั้งจากภาวะเศรษฐกิจโลก การเมืองภายใน และยังมีเรื่องใหม่ คือ การระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ “ไมซ์” ไทยจะต้องมีการเตรียมพร้อมทั้งยุทธศาสตร์เชิงรุก และเชิงรับเพื่อให้สามารถรับมือได้กับทุกสถานการณ์

รัฐบาลเอง ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ และวางกรอบมาตรการที่มุ่งช่วยเหลือผู้ประกอบการในภาคท่องเที่ยว ซึ่งหลายมาตรการก็ส่งผลทางตรงต่อผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ มาตรการภาษีในการขยายระยะเวลากระตุ้นการท่องเที่ยวออกไปอีก 1 ปี ทั้งการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่า ลด ค่า Landing Fee ของสายการบิน และค่าเข้าชมอุทยานแห่งชาติ

ยังรวมถึงมาตรการด้านการเงิน ที่รัฐบาลอนุมัติการกู้ยืมเงิน 5 พันล้านบาทจาก เอส เอ็ม อี แบงก์ เพื่อให้เอกชนหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวมากขึ้น ขณะที่รัฐบาลเป็นผู้ค้ำประกันความเสี่ยง หรือ แม้กระทั่งมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ส่วนราชการจัดอบรมและสัมมนาในประเทศเป็นหลัก และใช้สถานที่ของเอกชนเพื่อเป็นกระจายรายได้

มาตรการบางส่วนที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะมุ่งเน้น “การสร้างขวัญ และกำลังใจ” แก่ผู้ประกอบการให้ตระหนักและมั่นใจถึงการสนับสนุนอย่างเข้มแข็งของรัฐบาล

“เราอยากให้ทุกคนได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ซึ่งเชื่อว่าจะเป็นการกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวและไมซ์ได้อีกทางหนึ่ง”

“อีกเรื่องที่สำคัญและต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน คือ การสร้างความเชื่อมั่นแก่นานาประเทศ ต้องเน้นทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุก และทำอย่างต่อเนื่องในต่างประเทศ ทั้ง การจัดกิจกรรม โรดโชว์ และ เข้าร่วมงานเทรดโชว์ระดับโลก หรือ ระดับภูมิภาค รวมถึงการออกแพคเกจส่งเสริมการตลาดที่สามารถสร้างความดึงดูดใจให้ผู้จัดงาน หรือผู้เข้าร่วมงานตัดสินใจเดินทางเข้ามาประเทศไทยได้อย่างรวดเร็ว” พลตรีสนั่น ขยายความ และในช่วงที่เหลือของปีนี้ สสพ. มีแผนงานเทรดโชว์จำนวน 3 งาน และ โรดโชว์อีกกว่า 10 งานรวมทั้ง การประชาสัมพันธ์แบบถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยจะเน้นที่ตลาดระยะใกล้ หรือในทวีปเอเชีย ซึ่งคาดว่า น่าจะทำให้ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์กลับมาไทยมากขึ้น

และเมื่อเร็วๆ นี้ ท่านรองนายกรัฐมนตรี ได้เป็นผู้นำคณะรัฐบาลไทย และผู้ประกอบการไมซ์ เข้าร่วมโครงการโรดโชว์ “ประเทศไทยสร้างความเชื่อมั่นศักยภาพ



อุตสาหกรรมไมซ์” ณ นครโอซาก้า และ นครโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งการไปในครั้งนั้น นับเป็นการสานต่อนโยบายของท่านนายกรัฐมนตรีอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นถึงการค้า การลงทุนในประเทศไทยแก่นักธุรกิจชาวญี่ปุ่น ต่างกันตรงที่ว่า การไปของท่านรองนายกรัฐมนตรี มุ่งหมายสร้างความมั่นใจด้าน “ไมซ์” เป็นหลัก

“ผมนำนโยบาย “ประเทศไทยก้าวไปข้างหน้า” ไปบอกนักธุรกิจชาวญี่ปุ่น บอกเขาว่าไทยเรามีศักยภาพในการจัดงานไมซ์ โดยเฉพาะความพร้อมของการให้บริการทางด้านศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติที่มีมาตรฐานระดับโลก ยังมีความพร้อมด้านระบบคมนาคมขนส่ง ระบบสาธารณูปโภค และมีความคุ้มค่า คนไทยมีเสน่ห์ มีมิตรจิตมิตรใจในการต้อนรับซึ่งตรงนี้เป็นจุดเด่นที่เราชูชาติอื่นๆ”

การไปครั้งนี้ นับว่าประสบความสำเร็จอย่างดี รัฐบาลเป็นประธานในกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการไมซ์ทั้ง ไทย และ ญี่ปุ่น ที่ร่วมงานกว่า 140 คน ซึ่งคาดว่าหลังจากโรดโชว์ที่ญี่ปุ่น ประเทศไทยจะมีโอกาสต้อนรับชาวญี่ปุ่นอีกหลายหมื่นคน

“ยังมีชาวดีมาฝากพี่น้องชาวไทยด้วย เพราะ สสพ. ในนามของประเทศไทยได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมมือทางธุรกิจกับองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจัดประชุมของญี่ปุ่นทั้ง 2 เมืองใหญ่ ทั้ง โอซาก้า และ เซนได โดยจะทำให้ไทยและญี่ปุ่น ร่วมกันพัฒนาธุรกิจไมซ์ระดับภูมิภาค ทำให้ไมซ์ในเอเชียมีพลัง และมีศักยภาพทางการแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งผมก็ได้ร่วมเป็นสักขีพยานในพิธีนี้ด้วย” พลตรีสนั่น กล่าวเสริม

และในปีนี้นัรัฐบาลยังส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วย

งานภาครัฐหันมาจัดประชุมและสัมมนาในประเทศ ทำให้รายได้ที่เกิดจากการประชุม หมุนเวียนให้กับประชาชน โดยที่ผ่านมามีมติของคณะรัฐมนตรีในการให้หน่วยงานที่จัดประชุม สัมมนา ในประเทศไทย สามารถนำรายจ่ายค่าห้องพัก และค่าห้องสัมมนาในประเทศมาหักเป็นรายจ่ายในการคำนวณภาษีได้ 2 เท่าของที่จ่ายจริง ซึ่งนับเป็นมาตรการในการดำเนินการที่มุ่งผลในระยะยาวอันใกล้และสามารถฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม

“ตอนนี้คนไทยต้องช่วยกันเองด้วย พันธกิจด้านหนึ่งของ สสพ. คือ รุกตลาดต่างประเทศ แต่การทำตลาดไมซ์ในประเทศจะเห็นผลได้เร็ว และยังเป็นการช่วยผู้ประกอบการไมซ์ไทยให้พัฒนาธุรกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ตอนนี้ สสพ. ก็ได้เริ่ม โครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” เพื่อเชิญชวนคนไทยให้หันมาจัดประชุม สัมมนา ในประเทศให้มากขึ้น ก็น่าจะได้เห็นผลสำเร็จ และสร้างรายได้หมุนเวียนในประเทศเป็นอย่างดี”

“นอกจากนี้ การร่วมแรงร่วมใจกันของ “ทีมไทยแลนด์” ที่ประกอบด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมด ต้องช่วยกันกอบกู้ภาพลักษณ์ของประเทศเรา และช่วยกันกระตุ้นให้เกิดการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย”

“เพราะเราพร้อมทุกอย่าง สถานที่ การต้อนรับ และคนไทยก็มีจิตใจดี ผมมั่นใจเหลือเกินว่า หากประชาชนชาวไทยทุกคน ร่วมเป็นเจ้าภาพที่ดี ในการต้อนรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศก็จะทำให้ไมซ์ไทยฟื้นตัวได้เร็ววัน เพราะจุดขายที่ดีที่สุดของประเทศเรา ก็คือ “ประชาชนชาวไทย” ทุกคน พลตรีสนั่น กล่าวสรุป

This edition of the TCEB newsletter is special, as Thailand Convention and Exhibition Bureau is honoured to have Deputy Prime Minister Major General Sanan Kajornprasart, who is in charge of TCEB and Thailand's MICE industry, offer his views on the current MICE situation and address government policy to support and stimulate both domestic and international events

In his latest move, Major General Sanan led a government team and local MICE operators on a visit to penetrate the Japanese market, in support of the recent official visit by Prime Minister Abhisit Vejjajiva to shore up Japanese confidence over trade and investment in Thailand.

The deputy prime minister emphasized the importance of the MICE industry, which generates tens of billions of baht to the country each year. MICE visitors are quality groups with high average spending of Bt80,000 per person per trip, which is triple the amount spent by general tourists. This is why the MICE industry is crucial as a major generator of revenue for the country during the current global economic crisis.

This year, Thailand has been affected by the global recession and local political tensions, as well as a new negative impact from the outbreak of type A (H1N1) influenza, or swine flu. Consequently, it is vital for the MICE industry to prepare both an aggressive strategy and be strategy-oriented to handle any situation.

Major General Sanan stressed that the government was playing a major role in the tourism and MICE industry by making the tourism sector a national agenda and devising measures to assist tourism operators. Many of these measures directly benefit MICE operators, such as an extension to the end of this year of the tourism stimulus package approved in January 2009, the waiving of the tourist visa fee, a reduction in landing fees for airlines, and a lowering of the entry fee for national parks.

In addition, the government approved a Bt5-billion loan from SME Bank to extend credit to tourism operators who seek extra financial support, with the credit risk guaranteed by the Finance Ministry. The government also approved a measure to encourage state agencies to holding training courses and meetings in the country as a priority, and to use privately owned

meeting venues so as to maximize domestic income distribution.

Some of the above measures will emphasize what Major General Sanan calls "enhancing encouragement and spirit", so that operators realize and feel confident about the government's strong support.

"We want everyone to get full benefit from the government's measures, which we believe to be a means of motivating the tourism and MICE market," he said.

"Another crucial and urgent task is building confidence in the international arena. We have to emphasize aggressive marketing and public relations strategies. We have to conduct activities overseas continuously by holding roadshows, joining regional and global trade shows and creating promotional packages to attract event organisers and visitors to Thailand," the deputy prime minister added.

During the rest of the year, TCEB has scheduled three trade shows and more than 10 roadshows, as well as direct public relations for targeted groups by focusing on the short-haul or Asian market. TCEB believes these strategies will bring more MICE travelers to Thailand.

Major General Sanan recently led government officials and MICE operators to participate in the "Thailand Moving Forward 2009: Japan Road show" in the Japanese cities of Osaka and Tokyo. His participation was aimed at furthering the prime minister's policy of shoring up Japanese confidence over trade and investment in Thailand. Major General Sanan also had the important aim of building up Japanese confidence in Thailand's MICE potential.

"I bring the policy 'Thailand Moving Forward' to stress to Japanese businessmen that we have the capability to organise MICE events, especially a readiness in our international convention and exhibition centres with their world-class standards, transportation and public utilities. Moreover, we offer value for money, charming Thai people and hospitality, which is the outstanding point giving us an advantage over other countries," he said during the visit.

The trip was successful, as the government hosted various marketing promotion activities with more than 140 Thai and Japanese MICE operators participating.

It is expected that as a result of the roadshow, Thailand will have an opportunity to welcome ten of thousands of Japanese tourist visitors.

"I have good news for the Thai people, that TCEB – on behalf of Thailand – signed a memorandum of understanding with the tourism and convention bureaus in Osaka and Sendai for business cooperation. Through the agreement, Thailand and Japan will jointly develop the regional MICE industry, making Asian MICE stronger and more competitive in relation to other regions. I also witnessed the MOU signing ceremony," Major General Sanan said of his Japanese trip.

This year, the government will continue to promote and support state agencies in holding their meetings and conferences in the country, which will boost income distribution to the people. Earlier, the Cabinet approved a tax incentive allowing agencies to offset accommodation and meeting room expenses against tax at the rate of double the actual costs incurred. This should prove to be effective in a short time and serve as a practical measure in aiding the country's economic recovery.

"Now, the Thai people must help each other. One side of TCEB's mission is international market penetration, but domestic MICE market promotion will get a quick response and help local MICE operators achieve strong and sustainable business development. TCEB has initiated the 'Meet in Thailand...Prosperous Thailand' campaign, inviting Thais to organise more meetings and conferences in the country. The campaign's success will create substantially more income circulation," said the deputy prime minister.

"Moreover, the unity of "THAI Team", which comprises all of agencies related to tourism and MICE industry, will help regain our country's image and stimulate the organizing of MICE events in Thailand"

"Because of an abundance of venues, hospitality and Thai friendliness, I'm very confident that if all Thai people are good hosts together in welcoming international MICE travelers, this will boost Thailand's MICE industry towards recovery soon. This is because Thailand's best selling point is its people," Major General Sanan said.



สสพ. วาง 5 ยุทธศาสตร์ใหม่ ฟื้นฟูและกระตุ้นอุตสาหกรรมไมซ์

สสพ. ทุ่มงบกว่า 200 ล้านบาท ออก 5 ยุทธศาสตร์เร่งด่วนฟื้นฟูและกระตุ้นอุตสาหกรรมไมซ์ไทยปี 2552 หลังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การเมือง จนทำให้มีการยกเลิกการจัดงานในประเทศไทย ประกอบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก และการแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009

ศ. ภาวรรณ ตีระรัตน์ ผู้อำนวยการฝ่ายงานแสดงสินค้านานาชาติ รักษาการผู้อำนวยการ สสพ. เปิดเผยว่า เหตุการณ์การเมืองในช่วงเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่านมา ส่งผลลบต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาต่างชาติเป็นอย่างมาก โดยมีการยกเลิกการจัดงานในประเทศไทยถึง 7 งาน เช่น งาน Bayer Shering Sales Conference งาน IFRA Publish Asia 2009 และ งาน GLASSTECH ASIA 2009 เป็นต้น ทำให้สูญเสียผู้เดินทางกลุ่มไมซ์กว่า 11,000 คน คิดเป็นรายได้กว่า 950 ล้านบาท

“การเมืองที่ไม่นิ่ง เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ประเทศคู่แข่งเพื่อนบ้านได้เปรียบมากขึ้น ดังนั้นการวางกลยุทธ์ด้านการตลาดหรือประชาสัมพันธ์แบบพื้นฐานธรรมดา นั้นอาจไม่เพียงพอแล้ว สสพ. จึงต้องใช้มาตรการที่เข้ม

ขันมากขึ้นเพื่อแข่งขันและปลุกกำลังซื้อในเวลานี้”

ล่าสุด สสพ. ใช้งบประมาณกว่า 200 ล้านบาท ออก 5 ยุทธศาสตร์สำคัญเพื่อกระตุ้นและฟื้นฟูตลาดไมซ์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดเชิงรุกโดยการสร้างขวัญและกำลังใจแก่ผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ผ่านการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อ, การจัดแฟมทริป สร้างประสบการณ์ไมซ์ในสถานที่จริง รวมทั้งเดินสายเทรดโชว์และโรดโชว์สร้างความเชื่อมั่นร่วมกับทีมไทยแลนด์และผู้ประกอบการไมซ์ รวม 15 งานสำคัญ

ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการออกแคมเปญส่งเสริมการขายเร่งด่วน ประกอบด้วย 3 แคมเปญสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาแคมเปญพิเศษสำหรับตลาดประชุมนานาชาติ “Bring More Enjoy More” ให้สิทธิพิเศษแก่บริษัทจัดการเดินทางและสมาคมวิชาชีพต่างๆ

ที่นำกลุ่มเข้าร่วมงานสัมมนานานาชาติ จำนวนตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป ได้รับเงินสนับสนุนทางการตลาดตั้งแต่ 50,000 – 120,000 บาท และแพคเกจต้อนรับ ตั้งแต่ 30,000- 60,000 บาท จนถึงสิ้นเดือนกันยายนปี 2553

แคมเปญ “Beyond Exhibition” สำหรับกลุ่มการจัดแสดงสินค้า แบ่งเป็น 2 แพคเกจ “Triple E” ให้การสนับสนุนค่าที่พักฟรีอีกหนึ่งคืน สำหรับกลุ่มผู้จัดงานและผู้แสดงสินค้าที่มีการพักในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน และแพคเกจ “100 A-Head” ให้เงินสนับสนุนด้านการตลาดจำนวน 100 เหรียญสหรัฐ ในการนำกลุ่มแสดงสินค้าที่มีผู้เข้าชมงานตั้งแต่ 15 คนขึ้นไป โดยให้สิทธิเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน จีน และ อินเดีย

ส่วนตลาดการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้มีการขยายระยะเวลาของแคมเปญ “Meeting Plus” ประกอบด้วย

สสพ. กับ 5 แผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ฟื้นฟูและกระตุ้นอุตสาหกรรมไมซ์ ปี 2552



ยุทธศาสตร์ด้านส่งเสริมการตลาด

แคมเปญโปรโมชันส่งเสริมการขายเร่งด่วน (Quick Win Promotion Campaign)
- มีคั้ง พลัส (Meeting Plus)
- บริง มอร์ เอนจอย มอร์ (Bring More Enjoy More)
- เบยอน เอ็กซิบิชั่น (Beyond Exhibition)

ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดเชิงรุก

การตลาดด้วยการให้ประสบการณ์ (Experiential Marketing)
โอกาสการสื่อสารในเวทีโลก (World-staged exposure by TCEB executives)
การตลาดด้วยการสร้างความเชื่อมั่นและสร้างกำลังใจ (Sentimental Marketing)
การเดินสายเทรดโชว์ โรดโชว์สร้างความเชื่อมั่นร่วมกับไทยกัมและผู้ประกอบการไทยและรัฐบาล (Government & Private Sector Collaboration Trade Show & Road Show)
กลยุทธ์ “การจัดสรรกลุ่มพื้นที่ธุรกิจตามความต้องการของผู้เดินทางกลุ่มไมซ์” (Clustered Marketing)

ยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารแบบ 360 องศา

กลยุทธ์การใช้บุคคลอ้างอิง (Referral strategy)
การสื่อสารเป็นรายบุคคล (One on one approach)
การตลาด อิเล็กทรอนิกส์ (E Marketing and Communications)
มุ่งเน้นการสื่อสารกับต่างประเทศ (International-focused)

ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดในประเทศ

แคมเปญส่งเสริมตลาดไมซ์ภายในประเทศ (โครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูเก็ตช่วยชาติ”) (โครงการ Thailand MICE City)

ยุทธศาสตร์ด้านการจัดการวิกฤตแบบครบวงจร

สายด่วน สสพ. (TCEB Call Center)
เคาน์เตอร์ให้ข้อมูลที่สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ (TCEB Contact Counter at Airport)
มอก 22300 - มาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับธุรกิจการประชุม สัมมนา และแสดงสินค้าของประเทศไทย (MSMS)

TCEB LAUNCHES FIVE FRESH STRATEGIES TO REVIVE MICE INDUSTRY

TCEB is injecting a budget of over Bt200 million to create five urgent strategies for the restoration and stimulation of Thailand's MICE industry this year after it was hit hard by the local political unrest, which led to the cancellation of events, coupled with the global economic crisis and the outbreak of type-A (H1N1) influenza, or swine flu.

แพคเกจ ฟรีคืนที่ 3 แก่ผู้ประชุมที่มีการจัดประชุมมากกว่า 3 วัน ขยายจาก สิ้นเดือนมีนาคม เป็นสิ้นเดือนกันยายน และแพคเกจรับรอง ที่ให้สิทธิแก่ผู้เดินทางกลุ่มองค์กร ได้รับเงินสนับสนุนในการจัดงานต้อนรับ หรือ การเลี้ยงอาหารค่ำ ได้มีการขยายระยะเวลา ของแพคเกจจากสิ้นสุดเดือนมิถุนายน เป็นสิ้นเดือนธันวาคม 2552 นี้

ยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสาร แบบ 360 องศา แต่เน้นการสื่อสารด้วยสื่อออนไลน์ ซึ่งตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้เดินทางไมซ์ และการใช้บุคคลอ้างอิง (Testimonial Marketing) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ผ่านการนำเสนอประสบการณ์จริง ในการเข้ามาในประเทศไทย

สำหรับยุทธศาสตร์ด้านการตลาดในประเทศ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา 4 จังหวัดหลักของไทย ให้เป็นเมืองแห่งธุรกิจไมซ์ ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต พร้อมทั้งมีการพัฒนาโครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” เพื่อกระตุ้นให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดประชุมสัมมนาในประเทศ โดยการจัดกิจกรรมแฟมทริป 8 ครั้ง เป็นต้น

ยุทธศาสตร์การรับมือวิกฤตแบบครบวงจร โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตั้งศูนย์ช่วยเหลือผู้เดินทางกลุ่มไมซ์เฉพาะกิจ เช่น TCEB Call Center และ TCEB Contact Center ที่สนามบิน สุวรรณภูมิ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำโครงการมาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย สำหรับธุรกิจการประชุม สัมมนา และแสดงสินค้า (มอก.22300 MSMS) ที่ได้เตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการสามารถรับมือกับวิกฤตภายใต้การจัดการที่เป็นมาตรฐานอีกด้วย

“การวางยุทธศาสตร์ที่เข้มข้นมากขึ้น ทำให้ศักยภาพของประเทศไทยด้านไมซ์ในสายตาของต่างชาติยังคงโดดเด่น แม้ในช่วงวิกฤตในทุกมุมโลกเช่นนี้ เมื่อประกอบกับพื้นฐานความพร้อมของ ประเทศไทย ทั้งบุคลากร สถานที่ ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวที่น่าสนใจค่อนข้างมั่นใจว่า ไมซ์ไทยจะสามารถพลิกฟื้นกลับสู่ภาวะปกติได้ภายในไตรมาสที่ 2 หรือ 3 ในปี 2553 นี้ อย่างแน่นอน” ศุภวรรณ กล่าวสรุป

Supawan Teerarat, TCEB exhibitions director, acting president, said the political turmoil during the Songkran Festival in mid-April had badly affected the country's image in the international arena. It caused Thailand to suffer cancellations from seven international MICE events, such as the Bayer Shering Sales Conference, IFRA Publish Asia 2009 and Glasstech Asia 2009, which together had been expected to bring in 11,000 MICE visitors and generate Bt950 million in revenue.

“Political instability is a major obstacle for the industry, which gives neighbouring competitors greater advantage. Thus, because the general marketing strategy and public relations are inadequate, TCEB must develop much more aggressive measures to compete and stimulate the market at the moment,” she said.

In its latest move, TCEB earmarked a budget of more than Bt200 million to develop a five-strategy plan for motivating and reviving the MICE industry.

Firstly, the bureau will launch an aggressive strategy to encourage both local and foreign operators with information delivered through the media, familiarisation trips organised to offer direct experience in actual locations, as well as a plan for 15 major trade shows and roadshows in conjunction with THAI Team and MICE operators with a view to boosting international confidence.

Secondly, a marketing strategy entailing the launch of urgent sales promotions, which comprises three crucial campaigns:

For international conventions, TCEB has developed the “Bring More, Enjoy More” campaign, in which agents and associations bringing 20 or more delegates to conventions receive marketing support of Bt50,000 to Bt120,000 and hospitality packages of Bt30,000 to Bt60,000. The scheme runs until September 2009.

“Beyond Exhibition” campaign for international exhibitions offering two attractive packages. The “Triple E” package provides accommodation subsidy for a free fourth night for visitors and exhibitors who stay in Thailand at least three nights.

In addition, the “100 A-head” package offers exhibitors US\$100 (Bt3,500) per person in marketing support if they attract at least 15 people to an event. This is a special package exclusively for Asean countries, China and India.

For the meetings & incentives strategy, TCEB has extended the “Meeting Plus” campaign, which consists of two high-value packages: the “Free Third Night” package for delegates at events held longer than three days will now be extended from March to September 2009, while the “Hospitality Package”, which subsidises corporate groups for receptions and banquets, will be extended from the end of June to the end of December 2009.

Thirdly, the 360° communication strategy emphasizes an online media approach in response to the MICE travelers' lifestyle. Testimonials by respected opinion leaders are also important in sharing their actual experiences in visiting Thailand.

Fourthly, the domestic MICE strategy develops the four major cities of Bangkok, Chiang Mai, Pattaya and Phuket as MICE cities. Meanwhile, TCEB has launched the “Meet in Thailand...Prosperous Thailand” campaign to encourage both the public and private sectors to hold their meetings and conferences in the Kingdom; this will be done through eight familiarisation trips in 2009.

Finally, an integrated crisis management strategy, in cooperation with all relevant agencies, to establish assistance centres for MICE visitors, such as the TCEB Call Centre and TCEB Contact Centre at Suvarnabhumi Airport. Moreover, the MICE Security Management System (Industrial Standard 22300, or MSMS) has developed MICE operators' readiness for tackling crises through management standards.

“We have set a more aggressive strategy which maintains the potential for Thailand's MICE industry to be outstanding among international markets. Though the economic crisis affects every corner of the world, Thailand has strong fundamentals in human resources, locations and attractive tourist destinations. Thus, TCEB is confident that Thailand's MICE industry will certainly return to normal within the second or third quarter of the year 2009,” Supawan said.



สสพ. สืบสาน “โครงการปิดทองหลังพระ” เชื่อมการท่องเที่ยวตลาดไม้ สู่โครงการพระราชดำริ

จิรกา นุตาลัย ผู้อำนวยการ โครงการ “ปิดทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ” สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เปิดเผยกับวารสาร สสพ. ถึงแนวทางและกลยุทธ์ ในการสานต่อโครงการฯ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนนำแนวพระราชดำริไปพัฒนาต่อก้าวประเทศ และต่อยอดไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ อย่างกว้างขวาง

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2550 เห็นชอบให้ “โครงการปิดทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ” ดำเนินงานต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปี (2551-2554) เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองเนื่องในโอกาสสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ โดยมอบหมายให้ สสพ. เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในการดำเนินโครงการ

จิรกา กล่าวว่า โครงการและกิจกรรมอันเนื่องมาจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ มีมากมายกว่า 4,000 โครงการทั่วประเทศ ซึ่งล้วนมีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์กับคนไทยทั่วทั้งประเทศ หากมีการศึกษาอย่างลึกซึ้ง แล้วนำไปใช้ปฏิบัติอย่างจริงจัง เชื่อว่าจะช่วยให้ประชาชนในชุมชนต่างๆ สามารถแก้ไขปัญหาและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ โครงการปิดทองหลังพระฯ จึงถือกำเนิดขึ้นบนพื้นฐานหลักการข้างต้น โดยโครงการฯ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างชุมชน ท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐในการเรียนรู้โครงการพระราชดำริ และประสานให้ทุกภาคส่วน นำแนวพระราชดำริไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์

การดำเนินโครงการในระยะแรก มีเป้าหมายให้ประชาชนสามารถเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ตรงจากโครงการพระราชดำริ เพื่อนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ประชาชนสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่และเกิดการส่งเสริมอาชีพได้อย่างเหมาะสมกับแต่ละภูมิสังคม และที่สำคัญ คือ ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนกระตุ้นจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรมไทย เพื่อสืบสานแนวพระราชดำริ

โครงการปิดทองหลังพระฯ ได้มีการเชื่อมโยงกับตลาดไม้ฯ โดยส่งเสริมให้คนไทยมาท่องเที่ยวและเรียนรู้จากโครงการพระราชดำริ ทั้งนี้ ได้รับความร่วมมือ และการสนับสนุนอย่างดียิ่งจากสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การบินไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยในเบื้องต้นตั้งเป้าหมายว่าจะมีผู้สนใจเดินทางท่องเที่ยวยังโครงการพระราชดำริต่างๆ รวม 1 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2550 แต่เมื่อติดตามผลกลับพบว่า ในปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้เดินทางเยี่ยมชมโครงการฯ มากถึง 2 ล้านคน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตลาดไม้ฯ ให้ความนิยมในโครงการพระราชดำริมากกว่าที่ประมาณการไว้ ดังนั้น สสพ. จึงขยายผลอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งสามารถต่อยอดให้กับอุตสาหกรรมไม้ฯ ได้ในปัจจุบัน

งานสำคัญอีกด้านหนึ่งของโครงการปิดทองหลังพระฯ คือการบูรณาการในระดับพื้นที่เพื่อสืบสานแนวพระราชดำริในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาอย่างยั่งยืน ขณะนี้โครงการมีเป้าหมายดำเนินการใน 10 จังหวัด แต่เลือกจังหวัดแรกที่จะนำร่องคือ จังหวัดน่าน โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่จังหวัดบูรณาการ คือ เครือข่ายชุมชนเข้มแข็ง มีพื้นที่การทำงานพัฒนาที่ชัดเจน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง มีสภาพปัญหาในพื้นที่ เช่น ปัญหาภัยพิบัติ ความยากจน ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม เป็นพื้นที่ที่มีข้อมูลเพียงพอต่อการพัฒนาด้วยวิธีวัดปัจจัยความสำเร็จ นอกจากนั้น จะพิจารณาพื้นที่สำคัญทางระบบนิเวศ เป็นป่าผืนใหญ่ มรดกโลก พื้นที่รอบแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ และเกณฑ์อีกประการหนึ่งคือ สามารถแก้ปัญหาได้ในเชิงระบบ เป็นแบบอย่าง และแนวทางในการนำไปสู่การแก้ไข หรือคลี่คลายปัญหาในพื้นที่อื่น

การดำเนินโครงการฯ จะยึดแนวทาง “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” รวมทั้ง “หลักการทำงาน 23 ข้อของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” เป็นพื้นฐานสำคัญ เพื่อสืบสานแนวพระราชดำรินี้ 6 มิติ ลงสู่ชุมชน อันได้แก่ มิติด้านน้ำ ดิน เกษตร พลังงานทดแทน ป่า และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ การนำแนวพระราชดำริไปประยุกต์พัฒนาในแต่ละพื้นที่นั้นจะพิจารณาปรับนำหนักแต่ละเรื่องตามสภาพภูมิสังคมและสภาพปัญหาในแต่ละพื้นที่เป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นที่การจัดการความรู้ ส่งเสริมการพัฒนา สร้างเครือข่ายความร่วมมือ และเชื่อมโยงพื้นที่และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

“การส่งเสริมการท่องเที่ยวในโครงการปิดทองหลังพระฯ เป็นการท่องเที่ยวที่นอกจากจะเพลิดเพลินแล้วยังก่อให้เกิดการเรียนรู้ และความภาคภูมิใจในประเทศชาติ ในพระมหากษัตริย์ไทย เกิดแรงบันดาลใจที่จะนำแนวทางของพระองค์ท่านไปปรับใช้ในชีวิตของเรา ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมไม้ฯ และ

เสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้มีความโดดเด่นมากกว่าประเทศอื่นๆ อีกด้วย”

อย่างไรก็ตาม สำหรับการนำเสนอกลุ่มไม้ฯ นั้น จะต้องมีการเลือกโครงการฯ ที่พิเศษออกไป กล่าวคือ จะต้องดูว่า กลุ่มดังกล่าวมาจากประเทศใด มีความสนใจเรื่องใดของประเทศไทยเป็นพิเศษ เพื่อจะได้จัดทำโครงการฯ ให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละกลุ่ม ซึ่งจำแนกรูปแบบได้เป็น 3 ส่วน คือ กลุ่มที่สนใจเจาะลึกในการเยี่ยมชมโครงการพระราชดำริ กลุ่มที่สนใจจะเยี่ยมชมโครงการ พระราชดำริและชุมชนที่อยู่โดยรอบซึ่งนำแนวพระราชดำริไปปรับใช้ และการเยี่ยมชมชุมชนที่สืบสานโครงการพระราชดำริซึ่งมีอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ จิรกา กล่าวสรุป



TCEB MOVES FORWARD “ROYAL INITIATIVE DISCOVERY” SCHEME EXPANDING MICE MARKET INTO ROYAL INITIATIVE PROJECTS

Jirika Nutalaya, Thailand Convention and Exhibition Bureau's director of Royal Initiative Discovery, discloses the strategy for carrying forward the Royal Initiative Discovery (RID) scheme and encouraging people to participate in the initiatives for further development throughout the country. TCEB is also expanding the Royal initiative projects into learning tourism destinations.

In May, 2007, the Cabinet approved a plan to extend the RID scheme for another four years (2008-2011) to celebrate His Majesty the King's 80th and 84th birthday celebrations. TCEB took over responsibility for the scheme.

Jirika said more than 4,000 Royal initiative projects and activities had been implemented nationwide. All of them are interesting and beneficial to the Thai people across the whole country. If people study diligently and are serious about implementation, it is believed communities will benefit from better development and sustainable growth.

The RID scheme was created following the above principle. The scheme acts as a central body to link local communities, government agencies and local administration organisations for studying Royal initiative projects. The scheme also coordinates all parties to work together more efficiently and cultivate productivity for the public.

Initially, the RID aims to enable people to learn about and gain direct experience of Royal initiative projects through study visits, and apply them to their daily lives.

It will promote proper and effective learning about the projects. Finally, the scheme expects people to have the capability to lift their living standards and develop their livelihoods in a substantial way. Also of great importance is the target of enhancing knowledge and fostering understanding as well as stimulating public awareness of natural resources and environmental and cultural conservation.

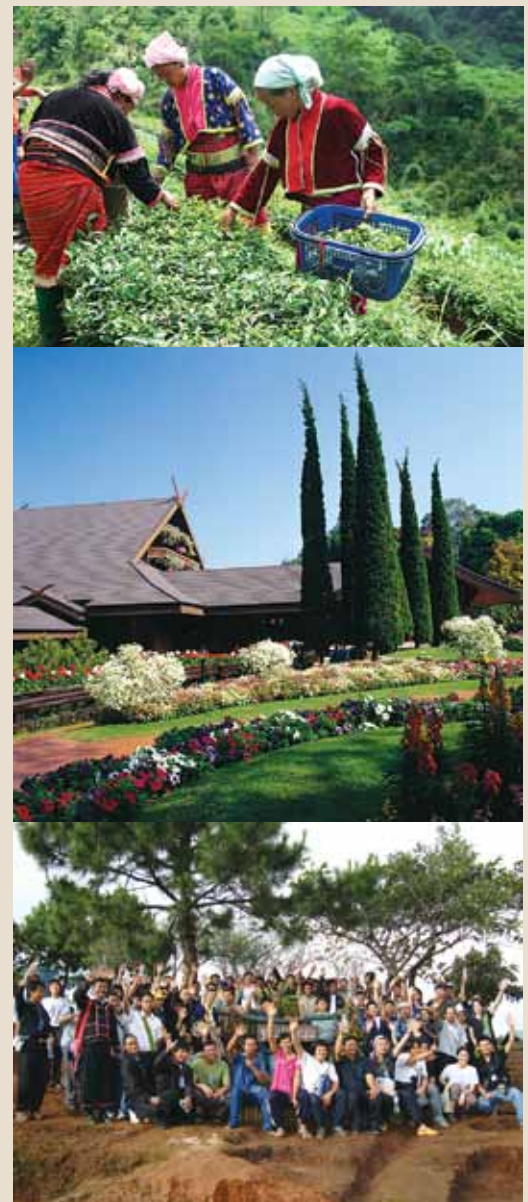
The RID scheme has been linked to the MICE market by promoting Thai people to visit and learn about the Royal initiatives with great cooperation and support from the Tourism Council of Thailand, Thai Airways International and the Tourism Authority of Thailand. As a result, as many as two million people visited Royal initiative projects last year, double the target at the beginning of the year. This proved that the projects are more popular among tourists than expected and led to TCEB promoting this market continuously, successfully expanding it into the MICE industry at present.

Another important task of the scheme is integration at the local level to carry forward the Royal initiative principle for tackling problems and achieving sustainable development. Currently, there are 10 targeted provinces in the RID tourism project, with Nan chosen for a pilot project. The criteria for provincial selection and integrated development are: community networks are strong; there are obvious development areas; local administration organisations are strong; provinces should be those affected by natural disaster, poverty or natural resources and environmental deterioration; and communities must have adequate information to enable developmental success to be measured.

Moreover, TCEB will consider major ecological areas, including large forests, world heritage sites and world natural heritage areas. Another important issue is the capability to solve problems systematically and act as an ideal and guideline for solving or easing the problems in other areas.

The RID operation will be based on 23 Royal working principles as a crucial basis for carrying out the Royal initiatives in six dimensions: water, earth, agriculture, alternative energy, forest and environment. However, applying the Royal initiatives for development in each area will be mainly decided by weighing up each of these aspects taking into account each community's social landscape and problems. The scheme will emphasize the management of knowledge, support development, create cooperative networking and transfer knowledge to communities and agencies for practical implementation.

“The tourism promotion of the Royal Initiative Discovery scheme is tourism that is not just pleasure but tourism



that also creates learning and pride in the nation, His Majesty the King and inspiration to apply the King's principles to our lives. Meanwhile, it creates added value for the MICE industry and boosts the country's image to be more outstanding than other countries,” said Jirika.

TCEB has a specific method for selecting communities when it comes to the presentation of RID tourism to MICE groups. The bureau considers where the tourists are from and what the special interests are in response to the demands of each group. RID tourism is categorised into three choices: visiting the Royal initiative projects, visiting the Royal projects and surrounding communities, and visiting the communities developed under the Royal initiatives, Jirika said in conclusion.

สสพ. เปิดตัวโครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” กระตุ้นตลาดไมซ์ในประเทศ

คลังคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบ มาตรการลดหย่อนภาษีในการส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดประชุม สัมมนาในประเทศเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของไทยแล้ว สสพ. ได้พัฒนาโครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” เป็นแคมเปญหลักผลักดันให้เกิดการจัดประชุม สัมมนา ในประเทศทั่วทุกภาคของไทย

นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐวิสาหกิจ สสพ. เปิดเผยว่า สสพ. ได้ดำเนินการกระตุ้นการจัดประชุม สัมมนาในประเทศอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 แต่จากผลกระทบที่มากขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ และการแพร่ระบาดใช้โควิดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ทำให้ สสพ. ต้องผลักดันกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกมากขึ้น โดยได้พัฒนาโครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” เพื่อส่งเสริม และรณรงค์ให้คนไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย หันมาจัดประชุมในประเทศกันมากขึ้น เพื่อชดเชยตลาดต่างประเทศที่หดหายไป และกระตุ้นการหมุนเวียนรายได้ในระบบเศรษฐกิจ

“สสพ. จะใช้โครงการนี้เป็นแคมเปญหลัก เพราะประเทศไทยมีความพร้อมทั้งในด้านของสถานที่ในการจัดประชุมที่รองรับกลุ่มประชุมตั้งแต่ขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ อีกทั้งยังมีความหลากหลายในด้านของกิจกรรมเชิงท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล อาทิ สปา กอล์ฟ การท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ตลอดจนระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวกและรองรับกลุ่มประชุมได้อย่างเต็มศักยภาพ”

นายจิรุตม์ กล่าวว่า โครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” ประกอบด้วย 3 กิจกรรมหลักคือ 1. การเพิ่มและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการในรูปแบบกิจกรรมโรดโชว์ “Corporate Familiarization Trip” ทั้ง 4 ภูมิภาค จำนวน 8 โรดโชว์ ได้แก่ จังหวัด นครราชสีมา/เชียงใหม่/หาดใหญ่/ปัตตานี/ภูเก็ต กระบี่ พังงา/ขอนแก่น/กาญจนบุรี/และสุโขทัย พิษณุโลก 2. การใช้กลยุทธ์การตลาดและการขายแบบถึงตัว หรือ Knock Door Marketing/Sales และ 3. การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อต่างๆ อาทิ สื่อมวลชน คู่มือแนะนำเส้นทางการจัดประชุม และ เว็บไซต์

ล่าสุด สสพ. จับมือกับ สมาคมส่งเสริมการประชมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทีก้า จัด “โรดโชว์ ภายใต้โครงการ ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” เป็นครั้งแรก ณ เขาใหญ่ จ. นครราชสีมา ภายใต้แนวคิด “BE INSPIRED in Korat... Domestic Corporate Familiarization Trip” โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการเชิญชวนผู้บริหารที่รับผิดชอบงานด้านพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนทั้งสิ้น 30 บริษัท ร่วมกิจกรรมโรดโชว์ ทั้งการนำผู้แทนกลุ่มองค์กรสัมผัสประสบการณ์ในพื้นที่ต่างๆ การเยี่ยมชมโรงแรมที่รองรับการจัดประชุม และสัมมนาในประเทศไทย กิจกรรม “ผู้ซื้อพบผู้ขาย” (Table Top Sales) การอบรมการจัดประชุม สัมมนาให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจแก่คณะผู้ประชุม โดยวิทยากรชั้นนำ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมและศักยภาพของจังหวัด นครราชสีมา ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดประชุม สัมมนา

นอกจากนั้น สสพ. ได้ร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สมาคมโรงแรมไทย, สมาคมท่องเที่ยวในประเทศ และสมาคมส่งเสริมการจัดประชมนานาชาติ (ไทย) ในการจัดทำแพ็คเกจการประชุมสัมมนา จำนวน 32 เส้นทาง เพื่อเจาะกลุ่มรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ 52 หน่วยงาน รวมทั้ง องค์การบริหารส่วนจังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบลต่างๆ ส่วนภาคเอกชนจะเน้นบริษัทใหญ่ๆ และสมาคมวิชาชีพต่างๆ ซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกับภาครัฐ

แพ็คเกจตลาดไมซ์ในประเทศ จะรองรับการจัดประชุม สัมมนาดังแต่ 1-3 วัน โดย



แพ็คเกจ สำหรับ 1 วัน มี 10 เส้นทาง ได้แก่ จังหวัดนครนายก เพชรบุรี เชียงใหม่ นครปฐม สมุทรสงคราม ชลบุรี อยุธยา กทม. สุพรรณบุรีและสมุทรปราการ โดยมีแพ็คเกจราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 550 – 1,650 บาท

แพ็คเกจ 2 วัน 1 คืน จำนวน 10 เส้นทาง ได้แก่ จังหวัดราชบุรี เพชรบุรี/ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี ระยอง ปากช่อง/นครราชสีมา จันทบุรี ปราจีนบุรี พัทธยา นครปฐม และ นครสวรรค์ โดยมีแพ็คเกจราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 1,979 – 4,979 บาท

แพ็คเกจ 3 วัน 2 คืน จำนวน 12 เส้นทาง ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต/กระบี่ ตรัง/กระบี่ เชียงใหม่/ เชียงราย อุบลราชธานี/มุกดาหาร พิษณุโลก/สุโขทัย พิษณุโลก/เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์/หนองคาย ตราด หาดใหญ่ แม่ฮ่องสอน และลำปาง โดยมีแพ็คเกจราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 3,800-7,979 บาท

ก่อนหน้านี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบมาตรการในการสนับสนุนการจัดประชุมในประเทศ ด้วยการให้หน่วยงานรัฐและเอกชนที่ดำเนินงานดังกล่าว สามารถนำรายจ่ายค่าห้องพัก และค่าห้องสัมมนาในประเทศมาหักเป็นรายจ่ายในการคำนวณภาษี ได้ 2 เท่าของราคาที่จ่ายจริงอีกด้วย

TCEB LAUNCHES “MEET IN THAILAND...PROSPEROUS THAILAND” AN EFFORT TO MOTIVATE DOMESTIC MICE MARKET

Following the Cabinet’s approval of a tax incentive to promote and support public and private agencies organising domestic MICE in a bid to stimulate the economy, TCEB has developed the “Meet in Thailand...Prosperous Thailand” as a major campaign to drive meetings, incentives and conferences held in every region of the country.

Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, Thailand Convention and Exhibition Bureau's Government and Corporate Affairs Director, said that TCEB has been carrying out domestic MICE campaigns continuously since the year 2007. With the drastic effects of the global economic crisis, political instability and type A (H1N1) influenza, or swine flu, TCEB has created a more aggressive marketing strategy by developing the “Meet in Thailand...Prosperous Thailand” campaign. This new initiative is an attempt to promote and encourage Thais and expatriates to hold more meetings in Thailand, in order to compensate for the decline in the international market and stimulate income circulation in the country's economic system.

“TCEB will prioritize the campaign since it is a major campaign. And Thailand is ready in its meeting venues to accommodate small through to large events. In addition, there is a variety of tourism activities for meetings and incentives such as spas, golf, historical and cultural tourism as well as a convenient transportation system to perfectly serve meeting groups.” he said.

Chiruit said that the “Meet in Thailand...Prosperous Thailand” campaign comprises three core activities: firstly, increasing and fostering awareness about the campaign through “Corporate Familiarisation Trip”, under which eight roadshows will be organised in the provinces of Nakhon Ratchasima, Chiang Mai, Had Yai, Pattaya, Phuket/Krabi/Phang-nga, Khon Kaen, Kanchanaburi and Sukhothai/Phitsanulok. Secondly, implementing a marketing strategy under the concept of “Knock Door Marketing/Sales”, and thirdly, communicating through various media channels such as the Meeting Route Map Guide and website.

In the latest move, TCEB has teamed up with the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) to organise the first roadshow under the “Meet in Thailand...Prosperous Thailand” campaign at Khao Yai, Nakhon Ratchasima. The roadshow – organised under the concept “Be Inspired in Korat...Domestic Corporate Familiarisation Trip” – received good cooperation from the Stock Exchange of Thailand, which had invited 30 listed companies to join the event. The participants were given first-hand experience of



various areas, visited meeting hotels, attended table-top sales – where buyers meet sellers – and joined a workshop held by the meeting experts on how to create interesting and attractive meetings and conferences.

The roadshow aimed to enhance awareness of Nakhon Ratchasima's readiness and potential as a preferred destination for domestic meetings.

Moreover, TCEB has joined the Tourism Council of Thailand, Thai Hotels Association, Association of Domestic Travel and TICA to create meeting packages on 32 routes targeting 52 government offices, state enterprises, provincial administration organizations and tambon administration organizations. In addition, large companies and professional associations are in focus as well.

These packages will serve various types of meetings lasting from one to three-day trips. For the one-day packages, there are 10 routes: Nakhon Nayok, Phetchaburi, Chiang Mai, Nakhon Pathom, Samut Songkhram, Chon Buri, Ayutthaya, Bangkok, Suphan Buri and Samut Prakan. The packages start from

Bt550-Bt1,650.

For the two-day, one-night packages, there are another 10 routes: Ratchaburi, Phetchaburi/Prachuap Khiri Khan, Kanchanaburi, Rayong, Pak Chong/Nakhon Ratchasima, Chanthaburi, Prachin Buri, Pattaya, Nakhon Pathom and Nakhon Sawan. The packages start from Bt1,979-Bt4,979.

For the three-day, two-night packages, there are in total of 12 routes: Phuket/Krabi, Krabi/Trang, Chiang Mai/Chiang Rai, Ubon Ratchathani/Mukdahan, Phitsanulok/Sukhothai, Phitsanulok/Phetchabun, Udon Thani/Nong Khai, Trat, Had Yai, Samui, Mae Hong Son and Lampang. The packages start from Bt3,800-Bt7,979.

In conclusion, the Cabinet's approval of a tax incentive in order to help support and promote the domestic MICE industry has allowed and encouraged both public and private organisers to offset the expenses of accommodation and meeting rooms at the rate of double the actual costs, which will enable both sectors to hold more meetings domestically.



ผู้นำศาสนาทั่วโลกร่วมประชุมวันวิสาขบูชาค้ำคอง ปลุกกระแสนำพระพุทธศาสนาแก้ปัญหาวิกฤตโลก



แม้ว่าจะเกิดสถานการณ์ความวุ่นวายทางการเมือง แต่ผู้นำศาสนาและผู้นำจากหน่วยงาน และองค์กรต่างๆ กว่า 2,500 คน จาก 80 ประเทศ มุ่งใจเข้าร่วมการประชุมวันวิสาขบูชาโลก เมื่อวันที่ 4-6 พฤษภาคม 2552 ซึ่งนอกจากจะเป็นการกระตุ้นชาวโลกให้เข้าถึงธรรมะ และนำไปปฏิบัติได้จริงแล้ว การจัดงานครั้งนี้ ยังช่วยฟื้นฟูภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยอีกด้วย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล และมหาเถรสมาคม ในการดำเนินการจัดงานครั้งนี้ โดยได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจาก สสป. จนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ซึ่งพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าสิริวัณณวรีนารีรัตน์ ทรงเป็นประธานเปิดงานประตุนานาชาติ เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 ณ หอประชุมพุทธมณฑล

สำหรับการจัดงานในปีนี้ คณะกรรมการจัดงานได้จัดตั้งสมาคมสภาสากลวันวิสาขบูชาโลก (International Council of United Nations Day of Vesak, ICUNDV) ขึ้น ณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อกระตุ้นให้องค์กรพุทธศาสนาทำงานร่วมกันและให้บรรลุตามเป้าหมาย ของสหประชาชาติ อีกทั้งช่วยสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นในหมู่ชาวพุทธ และทำหน้าที่จัดงานเฉลิมฉลองวันคล้ายวันประสูติ ตรัสรู้ และปรินิพพาน รวมทั้งเป็นหน่วยงานขับเคลื่อนมติของที่ประชุมวันวิสาขบูชาโลกและจัดประชุมเกี่ยวข้องกับด้านศาสนา เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวกับความมั่นคงของชาวพุทธ นอกจากนี้การจัดตั้งสมาคมดังกล่าว จะช่วยผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางพระพุทธศาสนาของโลก อย่างเป็นรูปธรรมและนานาชาติให้การยอมรับมากขึ้น

พระธรรมโกศาจารย์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (มจร.) และประธานคณะกรรมการสมาคมสภาสากลวันวิสาขบูชาโลก เปิดเผยว่า การประชุมวันวิสาขบูชาโลก ภายใต้หัวข้อหลักคือ “พุทธศาสนากับการแก้ปัญหาวิกฤตการณ์ของโลก” (The Buddhist Approach to the Global Crisis) ในปีนี้

ไม่เพียงแต่เป็นการแลกเปลี่ยน และระดมความคิดเห็นในเรื่องพระพุทธศาสนาต่อสถานการณ์ด้านต่างๆ ของโลกปัจจุบันเท่านั้น งานนี้จะช่วยปลุกให้คนทั้งโลกได้เข้าถึงธรรมะอย่างใกล้ชิด และสามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ด้วยตนเอง

การสัมมนาเชิงวิชาการในหัวข้อหลักดังกล่าวจำแนกออกเป็นการประชุมหัวข้อย่อย 6 หัวข้อ ได้แก่ พระพุทธศาสนากับการแก้ปัญหาวิกฤตสิ่งแวดล้อม, พระพุทธศาสนากับการแก้ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ, พระพุทธศาสนากับการแก้ปัญหาวิกฤตการเมือง และการพัฒนาสันติภาพ นอกจากนี้ยังมีการประชุมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ สมาคมมหาวิทยาลัยพระพุทธศาสนา นานาชาติกับการร่วมมือด้านการศึกษา, โครงการร่วมมือการจัดทำพระไตรปิฎกฉบับสากลเพื่อแจกในโรงแรมทั่วโลก และแหล่งข้อมูลและเครือข่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ทางพระพุทธศาสนา

ผู้เข้าร่วมการประชุมวันวิสาขบูชาโลกปีนี้เป็นประกอบด้วย ผู้นำศาสนา และนักปราชญ์ด้านพระพุทธศาสนา ทั้งฝ่ายเถรวาท มหายาน และวัชรยาน จากทั่วโลก ผู้แทนมหาเถรสมาคม เจ้าคณะพระสังฆาธิการ คณะรัฐมนตรี ทูตานุทูต นักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา และผู้แทนองค์กรชาวพุทธจากประเทศไทย พุทธศาสนิกชนจากประเทศไทย สื่อมวลชนจากประเทศไทยและต่างประเทศ ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตและนักศึกษา จาก มจร. และมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย



“ประเทศไทยจะได้รับประโยชน์ทางตรงคือ ทำให้คนไทยมีความตื่นตัวในเรื่องธรรมะมากขึ้น และมีโอกาสได้รับความรู้เรื่องธรรมะอย่างใกล้ชิด ตลอดจนแนวทางการนำมาปรับใช้ เพื่อให้เกิดสติปัญญา ส่วนประโยชน์ทางอ้อม คือ ประเทศไทยกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก และชาวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมงานนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้นำศาสนา และองค์กรต่างๆ ดังนั้น การได้เป็นเจ้าภาพจัดงานวิสาขบูชาโลกครั้งนี้ ถือเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทยในการ

สร้างความมั่นใจ เสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กลับมามีอีกครั้ง และกอบกู้ชื่อเสียงของประเทศไทย ให้กลับคืนมาได้ และเราเชื่อว่าโอกาสจะมากับวิกฤตเสมอ อยู่ที่ว่าคนไทยจะร่วมมือกันเพื่อพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสได้หรือไม่” พระธรรมโกศาจารย์ กล่าว

พระธรรมโกศาจารย์ กล่าวเพิ่มเติมว่า ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นศูนย์กลางพุทธศาสนาของโลกเนื่องจากการจัดงาน ความสะดวกในการเดินทาง และเป็นที่ตั้งสำนักงานสาขาของสหประชาชาติ ทำให้ไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดงานวันวิสาขบูชาโลกถึง 4 ครั้ง ตั้งแต่ครั้งแรกต่อเนื่องมาจนถึงปี 2550 และในปี 2551 ประเทศเวียดนามได้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม แต่แล้วในปี 2552 นี้ ประเทศไทยได้กลับเป็นเจ้าภาพอีกครั้งเป็นครั้งที่ 5 นับว่าเป็นความภาคภูมิใจและเป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพ สมกับการที่ประเทศไทยได้รับการยกย่องว่าเป็นศูนย์กลางของพุทธศาสนาโลก



BUDDHIST LEADERS WORLDWIDE GATHER AT VESAK CELEBRATIONS ENCOURAGE APPLICATION OF BUDDHIST PRINCIPLES FOR TACKLING GLOBAL CRISIS

Despite the country's political turmoil, more than 2,500 Buddhist leaders, venerable members of the Sangha and delegates from 80 countries had the confidence to gather on the United Nations Day of Vesak Celebrations, held in Thailand from May 4-6.

Not just encouraging Buddhists to access the Dharma and turn it into actual practice, the successful holding of this crucial event will also help restore the nation's good image.

The government and the Sangha Supreme Council gave Mahachulalongkornrajavidyalaya University the responsibility of organising the conference, with support from Thailand Exhibition and Convention Bureau to ensure its great success.

Her Royal Highness Princess Sirivannavari Nariratana represented His Royal Highness Crown Prince Maha Vajiralongkorn in presiding over the opening ceremony of the United Nations Day of Vesak 2009 (UNDV) at Buddhamonthon Auditorium on May 4.

For this year's event, the organising committee established the International Council of the United Nations Day of Vesak (ICUNDV), located in Mahachulalongkornrajavidyalaya University, in Wang Noi district of Ayutthaya. The organisation has the objective of encouraging Buddhism organisations to work together and accomplish the United Nations' goal. It will also help create unity among Buddhists and commemorate the birth of the Buddha, His attainment of enlightenment, and his passing away.

ICUNDV is a body that will catalyze the implementation of resolutions made during the Vesak Day celebrations, and hold Buddhist conferences for the exchange of ideas on tackling problems related to Buddhist stability.

In addition, the establishment of ICUNDV will drive Thailand as a Centre of World Buddhism concretely and to be recognized internationally.

The Most Venerable Prof Dr Phra Dharmakosajarn, chairman of ICUNDV and rector of Mahachulalongkornrajavidyalaya University, said the UNDV 2009 – held under the theme of "The Buddhist Approach to the Global Crisis" – would not only comprise a panel to exchange ideas and mobilise opinion on the implications for Buddhism of the current global crisis, but also encourage Buddhists from all over the world to access the Dharma and apply it practically by themselves.

Throughout the academic conference, there were another six sub-themes: Buddhist Approach to Environment Crisis, Buddhist Approach to Economic Crisis, Buddhist Approach to Political Conflict and Peace Development, the International Association of Buddhist Universities (IABU) Workshop, Common Buddhist Text project and Buddhist E-resources and Network.

The participants were international Buddhist leaders, scholars of Theravada Buddhism, Mahayana Buddhism and Vajrayana Buddhism from all over the



An international Buddhist leader gives a present to Prime Minister Abhisit Vejjajiva during the closing day of UNDV 2009 on May 6 at the United Nations Conference Centre.

world, members of the Sangha Supreme Council, senior monks, Cabinet members, foreign ambassadors, Buddhism academics, Thailand's Buddhism delegates, media, teachers and students from Mahachulalongkornrajavidyalaya University and Mahamakut Buddhist University.

"For direct benefit to Thailand, the event encourages Thai Buddhists' greater awareness of the Dharma, and opens an opportunity to closely acknowledge the Dharma as well as a means of applying the Dharma for creating intelligence. For indirect benefit, Thailand is famous around the world due to foreign participants being Buddhist leaders and heads of organisations. Thus, hosting the event is a great opportunity for the country to boost confidence and its good image, as well as to regain its reputation. We believe that opportunity always comes together with crisis, but this depends on whether the Thai people will consolidate forces to turn the crisis into opportunity or not," said Prof Dr Phra Dharmakosajarn.

Prof Dr Phra Dharmakosajarn added that Thailand had been chosen as a Centre of World Buddhism since 2005 due to the country's readiness in various factors, including conference venues and transport convenience, as well as the fact that Bangkok is the location for the United Nations' Asia-Pacific headquarters.

As a result, Thailand hosted the UN Day of Vesak Celebrations from 2005 to 2007 consecutively, with Vietnam the host country in 2008. Thailand was then again chosen to host the fifth UNDV this year. This is a proud achievement showing a capability that Thailand has been recognized as a Centre of World Buddhism.



สสพ. ดึงกลยุทธ์ใหม่ชูจุดแข็งความหลากหลายทั่วไทย สร้างแผนกระจายกำลังซื้อตามลักษณะเด่นของกลุ่มธุรกิจ



สสพ. กำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า จัดสรรลักษณะเด่นของกลุ่มพื้นที่ธุรกิจ หรือ Clustered Marketing for Customer Focus ให้เป็นจุดขายการประสมและรางวัลธุรกิจ (Meetings & Incentives) สอดรับแนวคิดภาครัฐในการเร่งฟื้นฟูธุรกิจไปรษณีย์ปีนี้ให้กระจายกำลังซื้อให้มากที่สุด

มาลี นิตะพานิชย์ ผู้อำนวยการ ฝ่ายการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สสพ. กล่าวว่า ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก ทำให้ทุกภาคส่วนเร่งปรับแผนการตลาดในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการประชุมและรางวัลธุรกิจซึ่งมีอุปสงค์และอุปทานด้านเศรษฐกิจเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก ดังนั้นการเร่งวางตำแหน่งประเทศไทยเพื่อสร้างความได้เปรียบหลายด้าน ทั้งความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ความหลากหลายทางวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค ภูมิประเทศ และเอกลักษณ์ในความแตกต่างในแต่ละกลุ่มพื้นที่ธุรกิจที่เป็นสินค้าบริการและกิจกรรมของการประชุม จึงเป็นการดึงเอาจุดแข็งในความแตกต่างให้โดดเด่น โดยเฉพาะการตอบโต้ความต้องการของลูกค้า จึงถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ทางการตลาดของธุรกิจไมซ์

สสพ. ได้ชูการตลาดเชิงกลยุทธ์ด้านการ “จัดสรรลักษณะเด่นของกลุ่มพื้นที่ธุรกิจตามความต้องการของผู้เดินทางกลุ่มธุรกิจ” หรือ “Clustered Marketing for Customer Focus” มาปรับใช้เป็นจุดแข็งของประเทศ โดยเน้นความหลากหลายของแต่ละพื้นที่ ให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละกลุ่มประเทศที่แตกต่างกันไป

ในระยะเริ่มต้น ได้แบ่งพื้นที่โดยพิจารณาปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรม กิจกรรมเสริมที่โดดเด่น สิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค และสถานที่ในการจัดสัมมนา โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มพื้นที่ธุรกิจ ได้แก่

1. กลุ่มกรุงเทพฯ ปริมณฑล และพัทยา ประเด็นหลักของไมซ์ ซึ่งเป็นกลุ่มพื้นที่ที่มีจำนวนห้องพักมากกว่า 100,000 ห้อง สถานที่จัดการสัมมนา ที่รองรับผู้เข้าร่วมสัมมนาได้มากถึง 70,000 คน สถานที่แสดงสินค้าที่มีพื้นที่ ขนาดใหญ่ถึง 250,000 ตารางเมตร เที่ยวบินเข้าออกต่างประเทศความถี่ต่อสัปดาห์มากถึง 5,000 เที่ยวบิน โดยมีสายการบินนานาชาติชั้นนำหมุนเวียนมากถึง 100 สายการบิน และมีความผสมผสานของความเป็นเมืองและชายหาดที่สวยงาม (Dual – Destinations) สะดวกในการเดินทางด้วยเวลาอันสั้นภายใน 90 นาที
2. กลุ่มเชียงใหม่และเชียงราย เป็นกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็กกว่าที่มีจำนวนห้องพักมากกว่า 28,000 ห้อง สถานที่จัดการสัมมนา ที่รองรับผู้เข้าร่วมสัมมนาได้มากถึง 12,000 คน เที่ยวบินเข้าออกต่างประเทศ ความถี่ต่อสัปดาห์มากกว่า 280 เที่ยวบิน โดยมีสายการบินนานาชาติชั้นนำหมุนเวียนมากถึง 10 สายการบิน เป็นดินแดนแห่งศิลปะล้านนา ภูเขาสายหมอกที่เต็มไปด้วยประวัติศาสตร์อันยาวนาน เหมาะกับการสร้างกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม และมีเอกลักษณ์ผสมผสานกับคุณค่าทางใจอย่างสูง
3. กลุ่มนครราชสีมาและขอนแก่น เป็นกลุ่มพื้นที่ที่มีจำนวนห้องพักมากกว่า 12,000 ห้อง สถานที่จัดการสัมมนา ที่รองรับผู้เข้าร่วมสัมมนาได้มากถึง 12,000 คน และยังเป็นดินแดนแห่งอารยธรรมอันเก่าแก่ ศิลปะบ้านเชียง ร่องรอยของสัตว์ดึกดำบรรพ์ และสุดยอดอาหารอีสานเลื่องชื่อ เป็นจุดหมายของการประชุมและรางวัลธุรกิจด้านการผจญภัย

4. กลุ่มหัวหินและชะอำ เป็นกลุ่มพื้นที่ที่มีจำนวนห้องพักมากกว่า 11,000 ห้อง สถานที่จัดการสัมมนาที่รับรองผู้เข้าร่วมสัมมนาได้มากถึง 5,000 คน และเป็นดินแดนแห่งมนต์ขลังของทะเลฝั่งอ่าวไทย ที่ให้ประสบการณ์แบบเรียบง่าย มีสไตล์ การเดินทางก็สะดวกสบายและไม่ไกลจากกรุงเทพฯ รวมถึงการสร้างกิจกรรมในบรรยากาศแบบพิเศษโดยเฉพาะ

5. กลุ่มภูเก็ต กระบี่และพังงา เป็นกลุ่มพื้นที่ที่มีจำนวนห้องพักมากกว่า 56,000 ห้อง สถานที่จัดการสัมมนาที่รับรองผู้เข้าร่วมสัมมนาได้มากถึง 16,000 คน โดยมีสายการบินนานาชาติชั้นนำหมุนเวียนมากถึง 23 สายการบิน เหมาะสำหรับผู้เดินทางกลุ่มธุรกิจที่ต้องการสัมผัสความบริสุทธิ์ของทะเลอันดามัน กิจกรรมทางทะเลหลากหลาย และสะดวกสบายในระดับห้าดาว เพียบพร้อมด้วยบริการและกิจกรรมการประชุมบนหาดทรายขาวและทะเลใส

การกำหนดกลยุทธ์ดังกล่าว มุ่งสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อเร่งประชาสัมพันธ์และสื่อสารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบจากความหลากหลาย อันเป็นจุดแข็งของประเทศไทยในธุรกิจการประชุม

ความสำเร็จของกลยุทธ์นี้จะเป็นการแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของภาครัฐที่จะประสานเสียงกับผู้ประกอบการอย่างเข้าถึงและมีความต่อเนื่อง นอกจากนี้ภาครัฐยังจะต้องเร่งสร้างสื่อการตลาดอย่างครบวงจร ซึ่งจะเป็นก้าวต่อไปในการสร้างความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้าอีกด้วย นางมาลี นิตะพานิชย์ กล่าวสรุป



TCEB CREATES NEW STRATEGY TO EMPHASIZE THAILAND'S DIVERSITY DISTRIBUTION OF CONSUMER SPENDING POWER FOLLOWING CLUSTERED MARKETING

Thailand Exhibition and Convention Bureau (TCEB) has set a marketing strategy called “Destination or Clustered Marketing” to match customer needs more closely as a selling point for the meetings and incentives market. This is in response to the government’s “Thailand Moving Forward” concept in accelerating the restoration of MICE business this year through the maximum distribution of consumer spending power.

Malinee Kitapanich, TCEB’s Director of Meetings and Incentives, said the global economic crisis had pressured all parties to speed up the revision of all aspects of the marketing plan, particularly the meetings and incentives segment that is driven by demand and supply.

The acceleration of the setting of Thailand’s positioning as offering advantages in terms of value for money, multiculturalism, facilities, public utilities, landscape, different identity of products, services and activities for meetings and incentives in each cluster, entails the creation of different outstanding strong points in response to customer needs. This is a major MICE marketing strategy.

TCEB uses the Clustered Marketing for Customer Focus as a strong point of the country by stressing the diversity of the areas to match demand in each different group.

In the initial stage, the areas have been divided into five clusters based on a range of factors: geography, history, culture, art, outstanding additional activities, facilities, public utilities and meeting venues. The five areas are as follows:

1 Greater Bangkok and Pattaya – a major gateway of the MICE industry – provides more than 100,000

hotel rooms, events venues that can accommodate up to 70,000 people and exhibition space of more than 250,000 square metres and 100 international airlines operating as many as 5,000 flights a week.

This cluster features dual destinations, combining a modern city and a beautiful beach resort that is a convenient drive of about 90 minutes from Bangkok.

2 Chiang Mai and Chiang Rai – a smaller cluster – offers more than 28,000 hotel rooms, business event venues that can accommodate up to 12,000 guests and 10 international airlines operating more than 280 inbound and outbound flights a week. This area has a rich history as the legacy of the Lanna culture. It is embraced by mountains and mist and has a long history that is suitable for creating art and cultural activities with a harmony of identity and high spiritual value.

3 Nakhon Ratchasima and Khon Kaen have a total of more than 12,000 hotel rooms, with business event venues that can accommodate 12,000 people. It is the area of the ancient Ban Chiang civilisation, the excavation of fossils of ancient animals, and the famous Isaan cuisine. These factors all make it a destination for adventurous meetings and incentives.

4 Hua Hin and Cha-am form a cluster that boasts more than 11,000 hotel rooms, with venues for business events that can accommodate up to 5,000 guests. The

charming heritage of the sea along the Gulf of Thailand offers a peaceful experience and style. Moreover, it is not far from Bangkok with convenient connecting transport, and a good place to create special activities.

5 Phuket, Krabi and Phang Nga form a cluster providing more than 56,000 hotel and resort rooms, with business event venues that can accommodate up to 16,000 guests, and 23 international airlines. It is suitable for business travellers who want to experience the flawless Andaman Sea, a variety of marine activities and comfortable five-star hotels with an abundance of superb services, meeting activities on the beach and a clear sea.

The Clustered Marketing strategy is aimed at creating the identity of each cluster and gearing up promotion and communication to meet customer demand. This will enhance the advantage developed from the diversity that is Thailand’s strength when it comes to the meetings and incentives business.

The great success of the strategy will show the government’s intention to work with operators closely and on a continuous basis.

In addition, the government will have to speed up the development of a comprehensive marketing tool, which is another step in fostering understanding about customer needs, said Malinee.

สสปน. บุคลากรจีน ตั้งสำนักงานตัวแทน ที่เซี่ยงไฮ้

สสปน. แต่งตั้งสำนักงานตัวแทนอย่างเป็นทางการที่นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเมื่อเร็วๆ นี้ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การบุกตลาดต่างประเทศ เพื่อผลักดันประเทศไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางธุรกิจแสดงสินค้าของอาเซียน

ศ. 9 ภาววรรณ ตีระรัตน์ ผู้อำนวยการฝ่ายงานแสดงสินค้านานาชาติ รักษาการ ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เปิดเผยว่า สำนักงานตัวแทนแห่งนี้ได้เริ่มทำงานตั้งแต่เดือนเมษายนที่ผ่านมา โดยจะทำหน้าที่เป็นศูนย์ให้บริการครบวงจรในการประสานงาน สื่อสารกับสมาคมผู้ประกอบการค้า บริษัทจัดงานแสดงสินค้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเมืองเซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง และเมืองอื่นๆ ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ตลอดจนกระตุ้นความสนใจในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของไทย ซึ่งการแต่งตั้งตัวแทนในครั้งนี้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์และเทคนิคการทำตลาดงานแสดงสินค้าต่างประเทศของ สสปน. เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

ประเทศไทยถือเป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้าที่โดดเด่นแห่งหนึ่งในมุมมองของจีน โดยตัวเลขของจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจชาวจีนที่เข้ามาในประเทศไทย มีอัตรา การเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งในปีที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจชาวจีนเดินทางเข้ามาจัดและชมงานแสดงสินค้าในประเทศไทยเป็นจำนวนถึง 10,000 คน การแต่งตั้งสำนักงานตัวแทนในประเทศจีนในครั้งนี้ สสปน. เชื่อมั่นว่าจะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจชาวจีนให้เข้ามาประเทศไทยได้มากขึ้น อีกทั้ง สำนักงานตัวแทนจะช่วยกระจายข่าวให้กับนักธุรกิจจีนทราบถึงโอกาส และประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย

“สสปน. ตระหนักดีว่าประเทศจีนเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางในระดับเอเชียและระดับโลกในอนาคต โดยคาดว่าอัตราการเติบโตมวลรวม ประชาชาติของจีน ในปี 2552 จะมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 6 ในขณะที่การรายงานของสมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก หรือ UFI ซึ่งเป็นสมาคมที่มีบทบาทในการส่งเสริม พัฒนาและให้ความรู้ในด้านการจัดแสดงสินค้า พร้อมกำหนดมาตรฐานและการให้การรับรองมาตรฐานงานแสดงสินค้าที่มีความเป็นสากล ยังระบุว่าอุตสาหกรรม การแสดงสินค้าของจีนในปี 2551 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 27” ศุภวรรณ กล่าวทิ้งท้าย

ปัจจุบันประเทศไทยถือว่าเป็นเป้าหมายของธุรกิจงานแสดงสินค้าที่มีศักยภาพแห่งหนึ่งในภูมิภาคอาเซียน อันเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันในภาคธุรกิจงานแสดงสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจัดงานที่มีคุณภาพระดับนานาชาติ ความพร้อมด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่เต็มรูปแบบ และครบวงจร รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง และเข้มแข็งทั้งจาก สสปน. ภาครัฐบาล และภาคเอกชน



TCEB ESTABLISHES SHANGHAI OFFICE TO PENETRATE CHINESE MARKET

Thailand Convention and Exhibition Bureau officially established a representative office in the Chinese city of Shanghai recently, as one of the overseas marketing strategies driving Thailand to become a preferred destination for exhibitions within Asean.

Supawan Teerarat, TCEB exhibitions director, acting president, said the representative office had been in operation since April. It will act as an integrated service centre to coordinate and communicate with trade associations, exhibition organisers and agencies in Shanghai, Beijing and other cities in China, as well as to motivate Chinese interest in Thailand's exhibition industry.

The establishment of the Shanghai representative office is one of TCEB's marketing strategies and techniques to expand the international exhibition market and lure more business travellers to Thailand.

In the view of China, Thailand is a remarkable destination for exhibitions. The number of Chinese business visitor arrivals has been growing rapidly, with about 10,000 exhibitors and exhibition visitors to Thailand last year.

TCEB is confident that the establishment of the representative office in China will boost the number of Chinese business travellers to the country. Moreover, the office will spread information to the Chinese business community about the opportunities presented by and the real benefits of holding exhibitions in Thailand.

“TCEB realises that China has a key role in shaping Asia and the world of tomorrow. China's GDP in 2009 is expected to grow by 6 percent, while UFI – the global association of the exhibition industry for the promotion, development and education as well as setting an international exhibition standard – reported that the Chinese exhibition industry in 2008 had grown by 27 percent from the year 2007,” said Supawan.

Thailand today is marked as one of the preferred exhibition destinations in Asean because of its competitiveness in the industry, particularly as regards the international quality standard of its event organising, fully equipped with perfect and integrated infrastructure, as well as strong support by TCEB, government and private agencies.