

TCEB NEWSLETTER



THAILAND
convention & exhibition bureau

www.tceb.or.th

Issue 18

March-April, 2011

ประชุมเมืองไทย

D-MICE



สสพ. รวมพลังรัฐและ
เอกชนทั่วประเทศ เปิด
ตัวโครงการ D-MICE
ปรับโครงสร้าง และวาง
กลยุทธ์รุกตลาดไมซ์ใน
ประเทศเต็มรูปแบบ

TCEB FORMS A
CONCERTED EFFORT
WITH THE PUBLIC
AND PRIVATE SECTORS
NATIONWIDE TO
LAUNCH THE D-MICE
PROJECT
REORGANIZING AND
SETTING A NEW STRATEGY TO
PENETRATE DOMESTIC MICE



4-7 TCEB FORMS A
CONCERTED EFFORT WITH
THE PUBLIC AND PRIVATE
SECTORS NATIONWIDE
TO LAUNCH THE D-MICE
PROJECT
REORGANIZING AND SETTING A
NEW STRATEGY TO PENETRATE
DOMESTIC MICE



8-9 TCEB MOVES FORWARD
WITH THE SECOND PHASE OF
CREATIVE MICE PROJECT
KICK-OFF IN KHON KAEN,
SHOWING THE POTENTIAL
TO HOST LOCAL AND
INTERNATIONAL MICE
EVENTS



10-11 TCEB ROLLS OUT THE RED
CARPET TO WELCOME THE BIGGEST
EVENT OF THE YEAR: HERBALIFE
ASIA-PACIFIC EXTRAVAGANZA 2011
EMPHASIZING THE
SUCCESS OF THE
"BELIEVE IN THAILAND"
CAMPAIGN



12-15 2011 UFI OPEN SEMINAR
IN ASIA IN BANGKOK EMPHASIZES
SUSTAINABLE DEVELOPMENT
THAILAND REVEALS
ITS VISION FOR GREEN
MEETINGS



16-19 BANGKOK TOPS THE DREAM
GREEN MEETINGS



20 TCEB ORGANIZES A
FAM TRIP TO BOOST
NORTH AMERICAN
MARKET
OVER 20 PER CENT GROWTH
EXPECTED THIS YEAR



THAILAND
convention & exhibition bureau

TCEB Newsletter

**Public Relations Division
Marketing Communication Department**

Senior Manager: **Parichat Svetasreni**

Managers: **Arisara Thanuplang,
Sumet Kanchanapan**

Executive: **Atichit Akkarakittikul**

**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, Kwanchai
Rungfapaisarn**

Copy Editor: **The Nation's sub-editors**

Art Director: **Pradit Phulsarikij**

Photos: **TCEB, Nation photographers**

Assistant Senior Vice President –
Supplement: **Ratchanee Kaewyai**

Tel: **(02) 338 3563**

E-mail: ratchanee@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**



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีผู้อ่านวารสาร สสปน.ทุกท่านครับ

ในช่วงไตรมาสแรกที่ผ่านมา สสปน. ได้ดำเนินโครงการสำคัญ ๆ หลายโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การรวมพลังรัฐและเอกชนทั่วประเทศ เปิดตัวโครงการ “ประชุมเมืองไทย Domestic MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” หรือ D-MICE เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจถึงบทบาทและทิศทางในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ พร้อมกับการปรับโครงสร้างองค์กรโดยจัดตั้งฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ เพื่อวางกลยุทธ์รุกตลาดไมซ์ในประเทศอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ สสปน. มั่นใจว่า ปีนี้ตลาดไมซ์ในประเทศจะเติบโตกว่าร้อยละ 30 และสร้างรายได้ 17,500 ล้านบาท

ในขณะเดียวกัน สสปน. ก็ได้เร่งเดินหน้าเฟส 2 โครงการ Creative MICE ประชุมเมืองไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักภายใต้โครงการ D-MICE โดยปีนี้ สสปน. มีแผนขยายกิจกรรมไปสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือตอนล่าง โดยคัดเลือก 3 จังหวัดที่มีศักยภาพด้านธุรกิจไมซ์ ได้แก่ ขอนแก่น อุบลราชธานี และพิษณุโลก เพื่อจุดประกายและกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนแนวคิด และรูปแบบการจัดงานเชิงสร้างสรรค์ สร้างความพร้อมการเป็นนครแห่งไมซ์รองรับการจัดงานทั้งระดับประเทศและนานาชาติ ซึ่งได้ประเดิมการจัดงานไปแล้วที่จังหวัดขอนแก่น ทั้งนี้ สสปน. คาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมงานจาก 3 จังหวัด รวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 300 คน และสามารถเข้าถึงประชาชนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคน โดยผ่านการสื่อสารหลายช่องทางทั้งในพื้นที่จัดงาน และจังหวัดโดยรอบ

สำหรับงานระดับนานาชาติ ประเทศไทยได้ประสบความสำเร็จในการเป็นสถานที่สำหรับการจัดงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการของสมาคมอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการระดับโลก (UFI, Union des Foires Internationales, The Global Association of the Exhibition Industry) ประจำปี 2511 โดยทำลายสถิติจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมมากกว่า 270 คน จาก 26 ประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของแคมเปญ ‘Believe in Thailand’ ที่ สสปน. ได้ริเริ่มขึ้นเมื่อปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ สสปน. ยังได้รับเชิญเป็นหนึ่งในวิทยากรเพื่ออธิบายถึงการพัฒนาที่สำคัญในประเทศไทย เป้าหมายและผลลัพธ์ของการริเริ่มโครงการ “กรีน มีทติ้งส์” หรือ “การประชุมสีเขียว” ซึ่ง สสปน. ได้ผนึกกำลังกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติสำหรับอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าของไทย โดยการผลักดันโครงการ “กรีนมีทติ้งส์” กว่า 2 ปีที่ผ่านมา ทำให้กรุงเทพมหานครได้รับเลือกให้เป็นเมืองที่มีความโดดเด่นในการพัฒนาเรื่องกรีนมีทติ้งส์ (Developing Leadership) เป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย และเป็นหนึ่งใน 10 ของโลก

อีกโครงการใหญ่ที่ สสปน. ให้การสนับสนุนก็คือ “เฮอรับาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็กซิดร่าแวนซ่า 2011 – กรุงเทพฯ” (Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2011 – Bangkok) จัดโดยเฮอรับาไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ไทยแลนด์) ซึ่งจะจัดขึ้นในต้นเดือนพฤษภาคมนี้ และถือเป็นงานโมฮาร์ดับ “เมกะอีเว้นต์” ที่ใหญ่ที่สุดของไทย ในปี 2554 โดยคาดว่าจะมีผู้บริหารและผู้จำหน่ายอิสระเฮอรับาไลฟ์จากต่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก เดินทางเข้าร่วมงานในประเทศไทยกว่า 25,000 คน และจะสร้างรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศได้กว่า 1,560 ล้านบาท

การจัดงานใหญ่ ๆ เช่นเดียวกับการประชุม เฮอรับาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก ให้เข้ามาจัดงานในประเทศไทยมากขึ้น ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของ สสปน. และยังพิสูจน์ถึงความสำเร็จของแคมเปญส่งเสริมการตลาด ‘Believe in Thailand’ ที่ สสปน. ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง และเข้มข้นในตลาดกลุ่มเป้าหมายตลอดปี

นายอรรคพล สรสุชาติ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

TCEB carried out many major projects in the first quarter of 2011, notably working with the public and private sectors nationwide to launch the “D-MICE: Believe in Thailand” campaign that aims to generate awareness and understanding of the role and direction of Thailand’s local MICE industry.

In parallel, TCEB also completed its reorganization by setting up the Domestic MICE Promotion Department and integrated its marketing strategies in order to maximize domestic MICE market penetration. Through these efforts, TCEB is confident that domestic MICE will grow by more than 30 per cent and generate Bt17.5 billion in revenue this year.

Meanwhile, TCEB has moved forward with the second phase of the Creative MICE project, which has become one of major activities under the “D-MICE: Believe in Thailand” campaign. This year, the Bureau plans to extend the campaign to the northeast and lower north regions of Thailand, selecting three potential MICE provinces: Khon Kaen, Ubon Ratchathani and Phitsanulok.

The campaign aims to inspire and encourage cities outside Bangkok to change the way they think about organising events to become more creative and to develop MICE Cities so they are ready to host both local and international events. The programme kicked off in Khon Kaen province. Through events in these three provinces, the Bureau expects to attract a total of at least 300 participants. TCEB promoted the project through various media channels to ensure maximum coverage and expects to reach at least 2 million people around the country.

In terms of international events, Thailand demonstrated great success in hosting the “2011 UFI Open Seminar in Asia”. The event reached a new record in terms of delegates, welcoming more than 270 industry representatives from 26 countries. This overwhelming participation in the UFI Open Seminar also proved the success of Thailand’s TCEB-initiated campaign “Believe in Thailand”. The Bureau was invited to speak at the seminar and explain the main developments in Thailand’s MICE industry, as well as give a detailed briefing of the objectives and results of the “Green Meetings Thailand” government initiative. TCEB has worked with a pool of organizations from the both the private and public sectors to develop a coherent national strategic plan for Thailand’s exhibition industry.

As a result of TCEB’s efforts in driving the Green meetings campaign over the past two years, Bangkok has been ranked the top city in Asia for Green Meetings and is among the top 10 cities in the world.

Another major event supported by TCEB is the “Herbalife Asia-Pacific Extravaganza 2011”, which is being hosted by Herbal Life International (Thailand) Ltd and will run from May 6 to 8, 2011. This is considered a mega event and is the biggest event held in Thailand this year. Thailand expects to welcome more than 25,000 Herbalife International executives and independent distributors from 13 countries across the Asia-Pacific region, generating more than US\$50 million (Bt1.56 billion) in revenue for the country.

Bidding for international mega events like Herbalife Asia-Pacific Extravaganza 2011 is one of TCEB’s major strategies and winning these bids has demonstrated the success of the Believe in Thailand campaign. It is a strategy that will be continued to be used aggressively in target markets throughout the year.

Akapol Sorasuchart

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau



สสพ. จับมือหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วประเทศกว่า 400 องค์กร เปิดตัวโครงการ “ประชุมเมืองไทย Domestic MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” รุกตลาดไมซ์เต็มรูปแบบ ด้วยการจัดตั้งฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ พร้อมบูรณาการยุทธศาสตร์ กระตุ้นตลาดประชุม สัมมนา และแสดงสินค้า มั่นใจปีนี้ตลาดโตกว่า 30% สร้างรายได้ 17,500 ล้านบาท

นายอนุศักดิ์ อินทรภูวศักดิ์ ประธานกรรมการ สสพ. กล่าวในงานเปิดตัวโครงการ “ประชุมเมืองไทย Domestic MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” ว่า “การส่งเสริมการประชุม สัมมนาในประเทศไทย มีใช้เป็นเพียงโครงการต่อเนื่องที่ช่วยเหลือประเทศในภาวะวิกฤตด้านเศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่หมายรวมถึง การกระตุ้น ส่งเสริมมุมมอง แนวคิด ตลอดจนแนวทางการร่วมมือของสังคมให้เกิดความมั่นใจ เชื่อมโยงในศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ สำหรับตลาดในและต่างประเทศ

และสิ่งที่มีนัยเป็นพระมหากรุณาธิคุณยิ่งสำหรับประชาชนชาวไทยทุกคน คือ การที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ลงนามในราชกิจจานุเบกษา วันที่ 13 ตุลาคม 2553 โดยที่เป็นการสมควรส่งเสริม และสนับสนุนการใช้บริการธุรกิจการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยยกเว้นภาษีเงินได้ให้แก่บริษัทหรือ นิติบุคคล ที่จัดให้มีการอบรมสัมมนาภายในประเทศให้แก่ลูกจ้าง สำหรับเงินได้เป็นจำนวนร้อยละหนึ่งร้อยของรายจ่ายที่ได้จ่ายไปเป็นค่าห้องพัก ค่าอาหาร ค่าขนส่ง หรือรายจ่ายอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งนับเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศได้เป็นอย่างดีสูง

ด้าน นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า หลังจากประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการ “ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ” เพื่อสร้างการรับรู้ และความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย อีกทั้งยังเป็นแนวทางหลักในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจโลก และผลกระทบจากการเมืองในประเทศ ในปีนี้ สสพ. จึงได้หันมาเร่งผลักดันแผนการกระตุ้นตลาดไมซ์ประเทศอย่างครบวงจร โดยการริเริ่มโครงการ “ประชุมเมืองไทย Domestic MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” หรือที่เรียกว่า “ประชุมเมืองไทย D-MICE” เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจถึงบทบาทและทิศทางในการผลักดัน และพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ในขณะเดียวกัน สสพ. ได้ปรับโครงสร้างบุคคลกร และจัดตั้ง “ฝ่ายส่งเสริม

อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ” เพื่อดำเนินโครงการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศอย่างเต็มรูปแบบ”

“จากผลการวิจัยศึกษาพบว่า ในปี 2553 มีผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศกว่า 2 ล้านคน สร้างรายได้สู่ประเทศคิดเป็นมูลค่า 13,500 ล้านบาท ทั้งนี้จากการดำเนินกิจกรรมโครงการ “ประชุมเมืองไทย Domestic MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” เพื่อส่งเสริมไมซ์ในประเทศอย่างครบวงจรด้วยการใช้งบประมาณกว่า 50 ล้านบาท ในปี 2554 นี้ คาดว่าจะสามารถผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศเติบโตได้กว่า 30 % ภายในสิ้นปี โดยคาดว่าจะมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 2.5 ล้านคน และสร้างรายได้ให้กับประเทศคิดเป็นมูลค่าประมาณ 17,500 ล้านบาท” นายอรรถพล กล่าวเสริม

จากการเปิดตัวโครงการในครั้งนี้ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นหน่วยงานไมซ์หลักทั่วประเทศกว่า 15 หน่วยงานเข้าร่วมออกบูธ แสดงศักยภาพและความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศได้แก่ นครแห่งไมซ์ ทั้ง 4 ภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ และภูเก็ต รวมถึงศูนย์การประชุมและงานแสดงสินค้าทั้งในกรุงเทพมหานคร และในจังหวัดต่างๆ ตลอดจนสมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์อีกมากมาย อาทิ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และสมาคมโรงแรมไทย เป็นต้น

กิจกรรมภายใต้โครงการ “ประชุมเมืองไทย D-MICE” ประกอบด้วย 4 นิทรรศการ ได้แก่ นิทรรศการความเป็นมาในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน; นิทรรศการการแสดงกิจกรรมเด่นภายใต้โครงการ ได้แก่ การพัฒนานครแห่งไมซ์, การประชุมสีเขียว, ครีเอทีฟไมซ์ ประชุมเมืองไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์, กิจกรรมเพื่อการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และรวบรวมผลงานการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศผ่านรายการโทรทัศน์เข้าใจไมซ์; นิทรรศการนำเสนอแนวทางล่าสุดในการส่งเสริมการตลาดการประชุมในประเทศ

TCEB teamed up with more than 400 local MICE operators from both the public and private sectors nationwide to launch a domestic campaign known as “D-MICE: Believe in Thailand”. In parallel, TCEB set up the Domestic MICE Promotion Department and integrated the marketing strategies to boost the local MICE market. Through these efforts, TCEB is confident that domestic MICE will grow by more than 30 per cent and generate Bt17.5 billion in revenue this year.

Anusak Intraphuvasak, Chairman of the Board of TCEB, said that the new campaign to promote domestic MICE events would not continue the project that helped the sector extricate itself from the economic crisis, but also extend efforts to stimulate, create new ideas and enhance greater collaboration in the sector. This would boost confidence in, as well as the potential and readiness of MICE cities to serve both the local and international MICE markets.

The Thai people are also blessed that His Majesty King Bhumibol Adulyadej has approved the Royal Decree on tax changes, which was published in the Royal Gazette on October 13, 2010. Under this new law, which aims to promote and support the tourism industry, as well as stimulate the country's economy, companies or juristic partnerships will get 100 percent corporate income tax exemption for domestic meeting expenses including meeting venues, accommodation, transport and other related costs. This will substantially boost the domestic MICE industry.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President, pointed to the success of the “Meet in Thailand, Prosperous Thailand” or “Prachum Muang Thai Phum Jai Chuay Chart” campaign in enhancing the image and awareness of the domestic MICE industry, and the vital role it played in helping local MICE operators affected by the global economic crisis and local political turmoil. As a follow-up, this year, TCEB decided to put into place a plan to stimulate the local MICE market. The D-MICE campaign was therefore created to build knowledge and understanding of the role and direction of local MICE industry development.



The Bureau has also completed its reorganization by setting up the Domestic MICE Promotion Department in order to maximize domestic MICE market penetration.

“According to a study, Thailand catered for more than 2 million domestic MICE travelers in 2010, generating revenues of around Bt13.5 billion for the country. Through the D-MICE campaign, which has a budget of more than Bt50 million, TCEB expects that the local MICE industry will grow by more than 30 percent this year. It is estimated that the number of domestic MICE travelers will rise to 2.5 million, which will generate about Bt17.5 billion in revenue,” said Akapol.

The launch of the “D-MICE: Believe in Thailand” campaign received a good response from all 15 leading MICE organizations in both the private and public sectors, including MICE cities (Bangkok, Pattaya, Chiang Mai and Phuket), MICE venues in Bangkok and the provinces, and such industry associations as the Thailand Incentive and Convention Association (TICA), the Thai Exhibition Association (TEA) and the Thai Hotels Association (THA).

The event featured four exhibitions: (1) the history and development of Thailand's MICE industry; (2) the development of MICE Cities, Green Meetings, Creative MICE, CSR events, and the TV programme “Understanding MICE”; (3) the latest strategies in promoting domestic MICE, which are Team Building through experiencing challenges, instilling pride in Thailand's history and culture, enhancing productivity, fostering environmental awareness, CSR, and glimpse of luxury available in Thailand; and (4) key communication channels: Meetings in Thailand Directory, Hotline Call Center (02 530 7111) and website www.meetinginthailand.com, including digital media such as twitter.com/meetinthailand and facebook.com/meetinthailand.

The various communication channels will enable target groups and the public to better understand the MICE industry, thus creating greater participation. The Bureau continues to encourage people to travel and organize more meetings in the country.

Another highlight of the event was the seminar: “Business Prospects in Organizing Thailand's Domestic MICE Events”, which featured a panel of MICE personalities, including Weerasak Kowsurat, Director of the International Institute for Trade and Development or ITD, Sommart Khunseth, secretary-general of the Federation of Thai Industries (FTI), Vichai Asarassorn, deputy Secretary-General of the Thai Chamber of Commerce, Suchada Yuvaboon, Chairwoman of Rose Garden Riverside, and TCEB. They exchanged ideas on domestic MICE business opportunities to stimulate the economy and generate revenue, and also discussed industry trends, growth potential and the readiness of the domestic MICE business to act as a pillar of Thailand's MICE industry.

In addition to the D-MICE campaign, several domestic MICE campaigns are to be implemented under the “Domestic MICE: Believe in Thailand” banner. Activities will include familiarization trips, domestic exhibitions, along with support, education and promotion via every available media channel.

“This strategy, combined with the potential and readiness of domestic MICE operators, the regional meeting centers, professional operators, the more than 60,000 hotel rooms nationwide and the collaboration of the public and private sectors, will allow the domestic MICE to continue its strong growth and generate revenue for all parties,” Akapol added. Local MICE operators will also be able to rely on themselves even more in the future.

“We're confident that in 2015, “domestic MICE” will cover not just Thailand, but also create marketing opportunities for more than 880 million MICE travelers from ASEAN and South China. As a result, the growth of the domestic MICE market will double from 2009, and Thailand will become a preferred destination for the MICE industry in Asia,” said Akapol.

Earlier this year, TCEB organized a “Creative MICE” event with the objective of sparking ideas for MICE industry development. As the first event of 2011, its aim was to give MICE organizers new ideas in order to offer clients the chance to organize events in Thailand in new formats. In line with the government's Creative Economy policy, the event also encouraged the use of creative ideas to add value to the MICE business and boost the economy.

6 แนวทาง ได้แก่ การสร้าง ทีมเวิร์คผ่านประสบการณ์ที่ท้าทาย (Team Building) การสร้างการเรียนรู้และความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (History and Culture) การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ ๆ (Productivity) การตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม (Green Meetings) การตระหนักในความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และการได้สัมผัสกับความพิเศษ (Luxury); และนิทรรศการนำเสนอช่องทางการสื่อสารหลักในการประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ ประชุมเมืองไทย ไคเรคทอรี, สายด่วน Call Center 02-5307111 และเว็บไซต์ www.meetinginthailand.com ตลอดจนสื่อออนไลน์ ได้แก่ twitter.com/meetinginthailand และ facebook.com/meetinginthailand เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ และเกิดการมีส่วนร่วมโดยหันมาร่วมแรงร่วมใจกันเดินทางและประชุมในประเทศมากยิ่งขึ้น

อีกหนึ่งไฮไลท์กิจกรรมในงาน คือ การเสวนาในหัวข้อ “โอกาสทางธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาในประเทศ” โดยผู้เข้าร่วมเสวนา ที่เป็นที่รู้จักในวงการไมซ์ระดับชาติ ได้แก่ นาย วีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ผู้อำนวยการสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) นายสมมาตร ชุนเศรษฐ เลขาธิการสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย นายวิชัย อัครสิทธกร กรรมการรองเลขาธิการ หอการค้าไทย นางสุชาดา ยวบูรณ์ ประธานบริหาร โรงแรมโรสการ์เด็นทริเวอร์ไซด์ และสสปน. เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาในประเทศในการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศ ตลอดจนแนวโน้มศักยภาพการเติบโตของธุรกิจและความพร้อมของธุรกิจไมซ์ในประเทศในการเป็นเสาหลักให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

นอกจากการชุกหลยุทธ์ทางการตลาด D-MICE ที่เป็นหนึ่งในกิจกรรมโครงการ “ประชุมเมืองไทย Domestic MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” กิจกรรมการส่งเสริมไมซ์ในประเทศทุกกิจกรรมจะดำเนินภายใต้โครงการนี้อย่างครบวงจร ได้แก่ กิจกรรมเชิญลูกค้ากลุ่มองค์กรมาสัมผัสศักยภาพความพร้อมอุตสาหกรรมไมซ์ (Familiarization Trip) กิจกรรมงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Domestic Exhibition) กิจกรรมสนับสนุนงานประชุมสัมมนาภายในประเทศ (Support) และกิจกรรมการสื่อสารและการให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Education and Promotion) ผ่านการสื่อสารทุกช่องทาง

นายอรรถพล กล่าวทิ้งท้ายว่า จากกลยุทธ์หลัก ประกอบกับศักยภาพความพร้อมของตลาดในประเทศ ทั้งศูนย์การจัดประชุมที่มีอยู่ในภูมิภาค ผู้ประกอบการมืออาชีพ และโรงแรมที่พักกว่า 60,000 ห้องทั่วประเทศผนวกความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน สสปน. เชื่อมมั่นว่าตลาดไมซ์ในประเทศไทยจะเติบโตอย่างเข้มแข็ง สร้างรายได้ให้กับทุกภาคส่วน และสามารถยึดเหนี่ยวได้ด้วยตนเอง “เรามั่นใจว่าในปี 2558 การประชุมในประเทศ จะไม่ได้หมายถึงประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงโอกาสทางการตลาดสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมกว่า 880 ล้าน จากกลุ่มประเทศอาเซียนและจีนตอนใต้ และจะมีอัตราการเติบโตของตลาดไมซ์ในประเทศถึง 100% จากปี 2552 เพื่อพร้อมก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการประชุมและนิทรรศการของเอเชียอย่างมั่นใจ”

สำหรับกิจกรรมแรกในปีนี้เป็น คือ การจัดงาน “ครีเอทีฟไมซ์ ประชุมเมืองไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์” ที่เป็นโครงการต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา เพื่อจุดประกายความคิดพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับนักธุรกิจต่างชาติ ในการจัดประชุมและนิทรรศการในรูปแบบใหม่ ๆ ในประเทศไทย สร้างความตื่นตัวในการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจไมซ์ และช่วยพลิกฟื้นเศรษฐกิจในขณะนั้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของรัฐบาล ในปีนี้ สสปน. ขยายการดำเนินงานวางยุทธศาสตร์บูรณาการทางความคิด รุกทุกภูมิภาค เสริมสร้างธุรกิจไมซ์ให้เข้มแข็งครอบคลุมทั่วประเทศไปยังภูมิภาคเพิ่มเติมอีก 2 ภูมิภาค ใน 3 จังหวัด ได้แก่ ภาคอีสานตอนบนในจังหวัดอุบลราชธานี และภาคอีสานตอนล่างในจังหวัดขอนแก่น รวมถึงภาคเหนือตอนล่างในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งคาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมงานจาก 3 จังหวัด รวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 300 คน โดยการสื่อสารภายใต้โครงการจะสามารถเข้าถึงประชาชนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคน ทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์โดยเน้นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในพื้นที่จัดงาน และภูมิภาคใกล้เคียงเป็นหลัก โดยเริ่มจากการ

จัดงานในจังหวัดขอนแก่นเป็นแห่งแรก เมื่อวันที่ 17 มีนาคม ณ ศาลาอาคารจตุรมุขมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ทางด้านภาคเอกชน นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ผู้อำนวยการสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) กล่าวว่า “ประชุมเมืองไทย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสัมมนา ประชุมหรือว่ามาจัดนิทรรศการแสดงสินค้า ต้องถือว่าเป็นตลาดที่โตขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ตลอดจนเครือข่ายชุมชนต่างๆ ด้วยก็ได้มีการประชุมสัมมนาอยู่เป็นประจำ และกลุ่มเหล่านี้แหละ ที่จะช่วยเติมให้เกิดขึ้นชีวิตชีวาในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งประชุมสัมมนา ที่มีอยู่ตามต่างจังหวัดทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในความตื่นตัวที่เรามีการเชื่อมโยงกับอาเซียนในปี 2015 นอกจากนี้การประชุมเมืองไทยจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจในประเทศไทย เข้าใจในภูมิภาค และที่สำคัญมากกว่านั้นก็คือ ก่อให้เกิดการคึกคักในวงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วย

นายพรอระพี กล่าวว่า การสร้างโอกาสของอุตสาหกรรมแสดงสินค้าในประเทศจะมีความสำคัญมาก ประเทศไทยจะถึงจุดเปลี่ยน ซึ่งจุดเปลี่ยนจุดหนึ่งที่เกิดขึ้นก็คือ ศูนย์กลาง โดยไม่อยู่ที่กรุงเทพฯ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาดูงานจะมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งประเทศไทย กำลังจะพัฒนาไปเหมือนกับญี่ปุ่น และอังกฤษ คือ การจัดการแสดงสินค้าจะแตกออกมาเป็นประเภทของอุตสาหกรรมไปถึงตัวลูกค้า อย่างเช่น นิคมอุตสาหกรรมของชลบุรี หรืออุตสาหกรรมของมาบตาพุด ที่ระยอง ก็จะมีการแสดงสินค้าเป็นอุตสาหกรรมหลัก

ผมเชื่อว่า อุตสาหกรรมแสดงสินค้าภายในประเทศจะเพิ่มความสำคัญขึ้นไปเรื่อยๆ ยกตัวอย่างกรณีของอังกฤษ ซึ่งการจัดแสดงสินค้าจะออกไปหาลูกค้า เพราะว่าการเดินทางเข้ามาในศูนย์กลางจะมีต้นทุนค่อนข้างสูง เมืองไทยก็เช่นเดียวกัน นิคมอุตสาหกรรมลำพูน ก็ไม่สามารถส่งวิศวกรลงมาดูงานที่กรุงเทพฯ ได้มากเท่ากับที่งานนี้จะไปจัดที่นิคมอุตสาหกรรมลำพูน อันนี้เป็นการสร้างโอกาสของการตลาดในอนาคตได้

สำหรับการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 นั้น ประเทศไทยสามารถพัฒนาหัวเมืองที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น อุบลราชธานี ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย พิษณุโลก เป็นต้น ให้เป็นศูนย์กลางการค้าของภูมิภาคได้

ผมเชื่อว่าในขณะนี้มีการพัฒนาไปยังต่างจังหวัดค่อนข้างเยอะ เช่น งาน GM จันทบุรี จะเป็นตัวอย่างที่จะทำให้ผู้ประกอบการสนใจอยากจะทำงาน ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นโอกาสที่ดี

สำหรับผู้ประกอบการ และก็เป็นโอกาสที่ดีที่ สสปน. ได้เปิดตัวโครงการ D-MICE ขึ้น ซึ่งเชื่อว่าจะเป็นเปิดประตูไปสู่ธุรกิจอีกมากมายมหาศาลในอนาคต นอกจากนี้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นหัวข้อที่สำคัญค่อนข้างมาก เนื่องจากบริษัทใหญ่ๆ มีความสนใจที่จะเข้ามาจัดงานที่ภูเก็ต เช่น บริษัทขายตรงระหว่างประเทศ จะมีการจัดงานใหญ่ประจำปี ซึ่งจริงๆ แล้ว ยังมีหลายพื้นที่ในประเทศไทยที่สามารถจัดงานได้

คุณสุชาดา ยวบูรณ์ ประธานบริหาร โรงแรมโรสการ์เด็นทริเวอร์ไซด์ กล่าวว่า “การประชุมเมืองไทยคือการเสริมสร้างเศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็งและแข็งแกร่ง ยั่งยืนโดยการพึ่งพาตนเอง ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ลุกลิงไปถึงทุกภาคส่วนทั่วประเทศ ทุกจังหวัดสามารถจัดการประชุมในเมืองไทยได้ทั้งนั้น ไม่จำเป็นต้องมีห้องประชุมใหญ่ ก็สามารถจัดการประชุมได้ เช่น สนามกีฬา ห้องไร่ ห้องนา หรือในสวนก็ได้ และที่สำคัญการจะสร้างแรงจูงใจให้มีการประชุมในเมืองไทย ข้อแรกไม่ใช่เรื่องตัวเงิน แต่เป็นเรื่องของจิตสำนึก เราจะทำอย่างไรให้คนไทยเข้าใจว่า การร่วมประชุมในเมืองไทย ได้ช่วยชาติช่วยสังคมอย่างที่พูดกันว่า CSR ที่ทุกบริษัทจะต้องทำ”

และเมื่อเร็วๆ นี้ สสปน. ได้จัดงานสัมมนาโครงการ MICE Clinic ครั้งที่ 2 เรื่องมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ พร้อมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎระเบียบ พิธีการภาครัฐที่อำนวยความสะดวกแก่การดำเนินธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย โดยเชิญผู้ประกอบการไมซ์ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เข้าร่วมงานกว่า 150 คน โดยได้รับเกียรติจาก นายมงคล ขนาคินิต นิติกรชำนาญการ สำนักกฎหมาย กรมสรรพากร เป็นวิทยากรเพื่อบรรยายในหัวข้อ “ภาษีเพื่อไมซ์” ร่วมด้วย นายสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา นายกสมาคมการประชุมนานาชาติ เพื่อให้ผู้ประกอบการไมซ์ไทยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการร่วมมือในการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย





TCEB is working on extending the domestic MICE strategic plan to all regions in the country in an effort to strengthen MICE business nationwide and, with this in mind, set out to organize Creative MICE events in three provinces: Ubon Ratchathani province in the Upper Northeast, Khon Kaen province in the lower Northeast, and Phitsanulok province in the lower North, aiming for a total of at least 300 participants. The Bureau has promoted the events through radio and television channels to ensure maximum coverage and expects these programmes to reach at least 2 million people. The Khon Kaen event, the first of the three, was held on March 17 at Chaturamuk Convention Hall, Khon Kaen University.

Speaking for the private sector, Weerasak Kowsurat, Director of ITD, noted that domestic MICE events organized by both the public and private sectors, as well as community networks, are increasing in number. These groups have done much to rejuvenate the market in tourist destinations and meeting venues across the country. They are also well aware of the planned ASEAN Economic Integration in 2015 and are preparing for it.

Meetings in Thailand are important to enhance the image of Thailand and the region, and give the tourism industry a boost.

Patrapee Chinachoti, President of the Thai Exhibition Association (TEA), said that creating opportunities for the exhibition industry would be vital as Thailand is entering a transition stage. One of the changes is that the center will no longer be Bangkok due to the higher traveling costs for visitors from the provinces. Thailand is likely to develop in much the same way as Japan and the UK, with industrial sector exhibitions leaning towards industrial estates in Chon Buri or Map Ta Phut.

"I believe that local exhibitions will play a greater role. The UK's exhibitions, for example, have tended to move to the clients' areas because of the high transportation costs involved in getting to the capital. Similarly, Lamphun Industrial Estate in northern Thailand will not be able to send engineers to visit exhibitions in Bangkok as easily as to events held at industrial estates. This new trend will create marketing opportunities for the exhibition industry down the line," said Patrapee.

After the AEC formation in 2015, Thailand can further develop border cities such as Ubon Ratchathani, Khon Kaen, Udon Thani, Nong Khai and Phitsanulok, turning them into hubs of regional trade.

"I believe that more exhibitions will be organized in the provinces. GM Chanthaburi is a good case study and will encourage MICE operators to organize events that get a greater response. The AEC will also be a good opportunity for the operators at the launch of TCEB's D-MICE campaign, as it will open a gateway for the creation of enormous business in the future," said Patrapee.

Incentives are another crucial part of the MICE industry and another important topic of discussion, as many leading firms, such as international direct sales companies, which hold annual events, are interested in organizing events in Phuket. In fact, several places in Thailand are ready to host such events.

Suchada Yuvaboon, Chairperson of Rose Garden Riverside Hotel, said that meetings in Thailand would strengthen and sustain the Thai economy, helping to make it self-reliant. It will create jobs and generate revenue that can be distributed to every part of the country. "Every province can host meetings even without a large meeting room. Instead, they can decorate a stadium, farms, or even a park as a meeting venue. The most important thing is the inspiration to hold meetings in Thailand. It is not about money but awareness. We must help the Thai people to understand that meetings in Thailand can support communities. It is like CSR and every business should be encouraged to do it," said Suchada.

Recently, TCEB held a second seminar in the MICE Clinic project on the topic: "Tax measures to promote the MICE industry". The seminar, which was attended by more than 150 participants from both the public and private sectors, focused on government rules and regulations to facilitate the MICE business in Thailand.

The guest speakers were Mongkol Khanadnid, a legal expert from the Revenue Department, who described the 'Tax for MICE' and Sumate Sudasna, President of TICA. The seminar aimed to help local MICE operators understand the benefits of organizing meetings in Thailand.



สสพ. เร่งเดินหน้าเฟส 2 โครงการประชุมเมืองไทย ด้วยความคิดสร้างสรรค์ ประเดิมกิจกรรม ที่ขอนแก่น ชู ศักยภาพรองรับการ จัดงานไมซ์จากใน และต่างประเทศ

สสพ. ขยายกิจกรรม Creative MICE ประชุมเมืองไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์ ปี 2554 ไปสู่ภาคตะวันออกเชิงเหนือ และภาคเหนือตอนล่าง โดยคัดเลือก 3 จังหวัดที่มีศักยภาพด้านธุรกิจไมซ์ ได้แก่ ขอนแก่น อุบลราชธานี และพิษณุโลก เพื่อจุดประกายและกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนแนวคิดและรูปแบบการจัดงานเชิงสร้างสรรค์ สร้างความพร้อมการเป็นนครแห่งไมซ์รองรับการจัดงานทั้งระดับประเทศและนานาชาติ

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. เปิดเผยว่า กิจกรรม CREATIVE MICE ประชุมเมืองไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์ ที่ได้ดำเนินการต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักภายใต้โครงการ “ประชุมเมืองไทย D-MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” โดยมีเป้าหมายเพื่อเผยแพร่ความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นที่รู้จักผ่านการจัดกิจกรรมในเมืองที่มีศักยภาพด้านการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าในภูมิภาคต่างๆ โดยปีที่ผ่านมา สสพ. ได้จัดงานในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ สงขลา และชลบุรี

สำหรับปี 2554 สสพ. มีแผนที่จะขยายโครงการไปอีก 2 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือตอนล่าง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และได้คัดเลือก 3 เมืองที่มีศักยภาพด้านธุรกิจไมซ์ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดพิษณุโลก

สสพ. ได้ประเดิมการจัดกิจกรรม CREATIVE MICE ประชุมเมืองไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์ ที่จังหวัดขอนแก่น ด้วยการจัดนิทรรศการ และเสวนาการจัดงานในรูปแบบสร้างสรรค์ นำเสนอมุมมองการจัดงานไมซ์ที่มีความพิเศษ แตกต่าง สร้างจุดขายในแต่ละพื้นที่ ภายใต้แนวคิด “พลิก สร้าง แปลง เปลี่ยน” โดย สสพ. ได้เน้นมิติศาลาอาคารจตุรมุข มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่เอนกประสงค์ที่สามารถรองรับคนได้หลายพันคน ให้กลายเป็นสถานที่จัดงานแบบไมซ์ ภายใต้ความเป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสาน และชูจุดขาย “จังหวัดขอนแก่น...ประตูการค้าเชื่อมต่ออีสานตอนบนกับกรุงเทพฯ ศูนย์กลางเชื่อมโยงเครือข่ายการค้า การลงทุน การบริการ และการคมนาคมขนส่งในภูมิภาคอีสานบนกับกรุงเทพ พร้อมก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางของอินโดจีน”

นายอรรถพล กล่าวเพิ่มเติมว่า แนวคิด “พลิก สร้าง แปลง เปลี่ยน” ของโครงการ จะ



เป็นการแสดงให้เห็นถึงการพลิกฟื้นเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ แปลงรูปแบบของการดำเนินการ เปลี่ยนแนวคิดให้มีมูลค่าเพิ่ม และ ส่วนสำคัญต้องการทำให้ผู้ประกอบการ ตลอดจนหน่วยงานต่างๆ เข้าใจว่าอุตสาหกรรมไมซ์คืออะไร เป้าหมายคืออะไร การหาจุดพื้นที่ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเป็น คลัสเตอร์ โดยมีจุดศูนย์กลางของแต่ละภาคเป็นหลัก อันเป็นการเพิ่มพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์ลงไปสู่ภูมิภาคและชุมชน เสริมความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ด้าน นายธนวัฒน์ พลอยไธณ รองผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น กล่าวว่า จังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพความพร้อมสำหรับตลาดประชุม สัมมนา และเป็นศูนย์กลางคมนาคมและการลงทุนของภาคอีสาน ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมในระดับภูมิภาค ในอีก 2 ปีข้างหน้า ขอนแก่นจะก้าวเข้าสู่การเป็น “ฮับของอินโดจีน” ประตุสู่อินโดจีนและจีนตอนใต้ ตามโครงการพัฒนาแนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor) ที่เชื่อมระหว่าง ไทย ลาว และเวียดนาม มีอาณาเขตติดต่อกับอีก 10 จังหวัดของภาคอีสาน ประกอบกับขอนแก่นมีโรงพยาบาลและศูนย์การแพทย์ที่ทันสมัย พร้อมให้บริการด้านสาธารณสุข ที่เสริมศักยภาพของตลาดท่องเที่ยวและตลาดไมซ์

นอกจากนี้ ตามนโยบายรัฐบาลส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่น เป็น 1 ใน 3 ของจังหวัดเพื่อพัฒนาให้เป็นนครเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นอกเหนือจากจังหวัดภูเก็ต และเชียงใหม่ ด้วยความเป็นศูนย์กลางของภาคอีสาน ขอนแก่นจึงกลายเป็นศูนย์กลางของการประชุมสัมมนา ทั้งของภาครัฐ และเอกชน รวมไปถึงการประชุมสัมมนาในระดับโลก โดยเรามีศูนย์ประชุม และห้องสัมมนารองรับมากกว่า 10,000 ที่นั่ง มีศูนย์ประชุมของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน รองรับผู้เข้าร่วมสัมมนา 3,000 ที่นั่ง นอกจากนี้ยังมีโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่รองรับผู้เข้าร่วมสัมมนาได้ไม่น้อยกว่าแห่งละ 1,500 คน และในเดือนมีนาคมและพฤษภาคม จังหวัดขอนแก่นก็จะมีโอกาสได้ต้อนรับการประชุมรัฐมนตรีของกลุ่มประเทศเอเปก ซึ่งเป็นการประชุมระดับโลก

“การจัดกิจกรรม Creative MICE ครั้งนี้ นับเป็นการขยายความเป็น Creative City ของจังหวัด ในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์แก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานราชการในพื้นที่ สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน และประชาชนในพื้นที่ ให้มีความเข้าใจและเห็นถึงรูปแบบการจัดงานไมซ์อย่างสร้างสรรค์ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกพื้นที่ของจังหวัดขอนแก่น สร้างไอเดีย คิดต่าง แบบสร้างสรรค์เพื่อธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะ นำมาสู่การสร้างงาน กระจ่ายรายได้ในระดับภูมิภาค” นายธนวัฒน์ กล่าว

ขอนแก่นมีจำนวนผู้เดินทางไปเยือนประมาณ 2 ล้านคนต่อปี ไม่นับรวมคนที่เดินทางไปเข้าเฝ้าฯ กลับ โดยธุรกิจการประชุมและสัมมนาก็มีการเติบโตที่มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งห้องพัก โรงแรม และร้านอาหารขยายตัวตามไปด้วย โดยยอดการเข้าพักของจังหวัดอยู่ระดับร้อยละ 70 จากห้องพักที่มีประมาณ 3,000 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับปริมาณความต้องการได้ก็อย่างน้อย 5 ปี

ภายในงาน สสพ. ได้เชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในการ พลิก สร้าง แปลง เปลี่ยน... สร้างธุรกิจบนความคิดสร้างสรรค์จนประสบความสำเร็จ ได้แก่ คุณเกรียงไกร กาญจนะโคติน นายกสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงานแห่งประเทศไทย คุณประทุม ฉายะพงศ์ ประธานคณะกรรมการฝ่ายส่งเสริมการขายและสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) คุณบุญพริภา ลิ้มปานานนท์ รองประธานกรรมการ KOSA Group มาร่วมเสวนาเรื่อง “How to Create Creative Event” เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิด รวมทั้งการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระดมความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย จำนวนกว่า 100 คน ด้วย



TCEB MOVES FORWARD WITH THE SECOND PHASE OF CREATIVE MICE PROJECT KICK-OFF IN KHON KAEN, SHOWING THE POTENTIAL TO HOST LOCAL AND INTERNATIONAL MICE EVENTS

TCEB extended its Creative MICE campaign from last year to the northeast and lower north regions in 2011, selecting three potential MICE provinces: Khon Kaen, Ubon Ratchathani and Phitsanulok. The campaign aims to inspire and encourage cities outside Bangkok to change the way they think about organising events to become more creative and to develop MICE Cities so they are ready to host both local and international events.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President, explained that the Creative MICE project is being continued from last year. This year, it is one of major activities under the "D-MICE: Believe in Thailand" campaign. Throughout the past year of Creative MICE activities, the Bureau's objective was to promote the role and importance of the MICE industry via events organized in Bangkok, Chiang Mai, Songkhla and Chon Buri, all of which have potential for MICE business.

This year, TCEB is expanding the events to more two regions, the lower north and the northeast, and has selected three provinces with MICE potential: Khon Kaen, Ubon Ratchathani and Phitsanulok.

TCEB kicked off the Creative MICE campaign in Khon Kaen by organizing exhibitions and a panel discussion on Creative MICE, presenting new formats for organisation with novel designs for the MICE business and also created a selling point for each area under the concept "Plik Sang Paeng Plian" (restore, create, transform and change).

The Bureau decorated the multi-purpose Chaturamuk Convention Hall at Khon Kaen University, which can accommodate millions of visitors, as a MICE venue with a unique Isaan concept. The event emphasized the city's selling point: "Khon Kaen is a gateway and a centre for trade, investment and services as well as a transportation hub between Upper Isaan and Bangkok; it is also ready to become a hub of the Indochina region."

Akapol added that the "Plik Sang Plaeng Plian" concept would aid in economic recovery. Creative ideas can be used to enhance economic opportunities, organize events in new formats and add value to the MICE business. The Bureau will put additional effort into encouraging companies and various organizations to understand the MICE industry and its objective better.

In addition, the Bureau is seeking strategic areas to develop into cluster form, selecting one city to act as the center for each region. This strategy will drive "Creative MICE" into all regions and communities, and eventually strengthen Thailand's MICE industry as a whole.

Thanawat Ploysophon, Khon Kaen's Deputy Governor, said that Khon Kaen had the potential and readiness to host MICE events. The city already serves as a hub of transportation and investment in the northeastern region and is also a regional industrial development center.

In the next two years, Khon Kaen will assume its role as "A Hub of Indochina", a gateway to Indochina and South China, in line with the East-West Economic Corridor development

plan linking Thailand, Lao and Vietnam and 10 bordering provinces in the Northeastern region. In addition, Khon Kaen has modern hospitals and medical centers, which all help to strengthen the potential for tourism and the MICE market.

According to the government's policy, Khon Kaen is one of three provinces that is to be developed as an IT center, the other two being Phuket and Chiang Mai. As the hub of Isaan, Khon Kaen therefore is also a center for the meetings of both public and private sectors as well as for international conferences. Khon Kaen has several meeting venues with a total capacity for more than 10,000 participants. The Chaturamuk Convention Hall at Khon Kaen University, which is the largest meeting venue in the region, has the capacity of 3,000 seats.

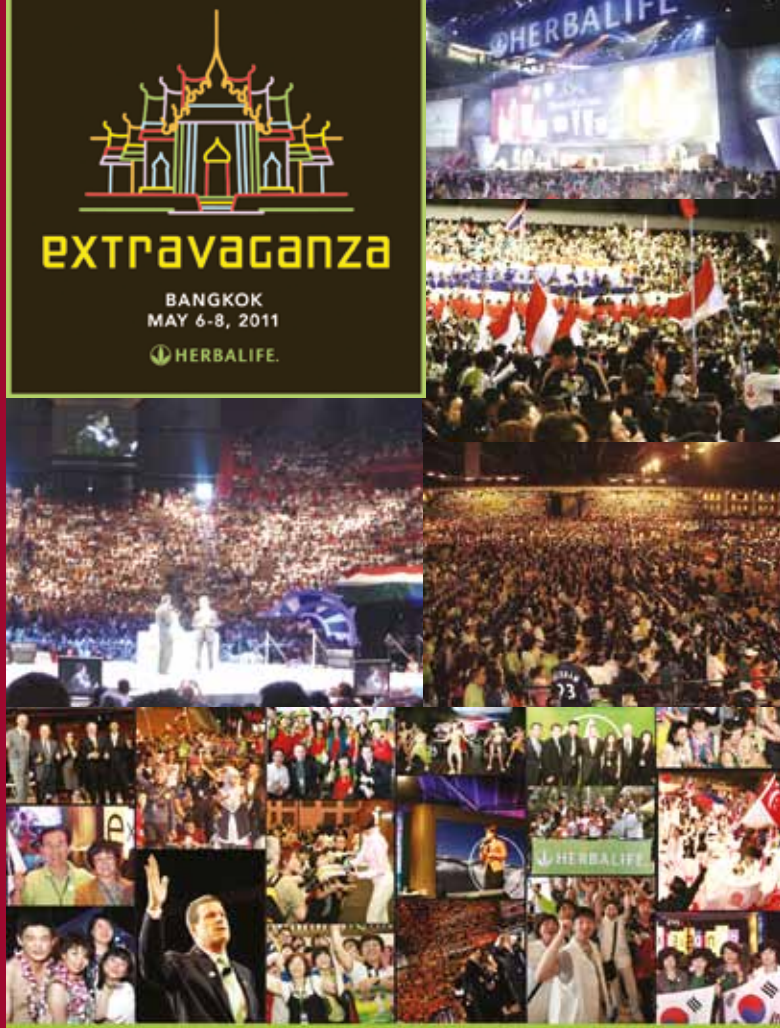
Moreover, the city has a number of five-star hotels able to accommodate more than 1,500 participants. In March and May this year, Khon Kaen will be welcoming the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) meeting - an international event.

"Organizing the Creative MICE event in Khon Kaen will enhance the province's potential as a Creative City as it will increase knowledge about MICE in all parties - operators, local government agencies, educational institutes, media and local people. It enables them to better understand and experience what Creative MICE is really about. Events can be created in every part of the province, and the new ideas and different way of thinking will particularly benefit the MICE businesses. Organizing MICE events in the province will also create jobs and generate revenue for the region," said Thanawat.

Khon Kaen welcomes about 2 million visitors a year (excluding one-day visitors), and the continued growth of MICE business will lead to a rapid expansion in tourism, accommodation and restaurant businesses. At present, the Khon Kaen hotels enjoy an occupancy rate of 70 per cent from the total 3,000 rooms. The current supply will be able to accommodate the growing demand over the next five years.

TCEB invited experts in the events organisation field to the event under the theme "Plik Sang Paeng Plian...Create Successful Business with Creative Idea". Prachoom Chayabongse, Chairman of Marketing Committee of TICA and Buntrika Limpananont, Vice Chairman of Kosa Group, discussed and exchanged ideas on "How to Create a Creative Event".

The Bureau also organized a workshop to mobilize people into thinking more creatively and to educate more than 100 target individuals about the MICE industry.



นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. เปิดเผยว่า จากการตอบรับเข้ามาจัดการประชุมนักธุรกิจระดับภาคพื้นเอเชีย แปซิฟิก หรือ “เฮอรับาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็กซ์ตราว่าแกนซ่า 2011 – กรุงเทพฯ” (Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2011 – Bangkok) ต่อจากประเทศเกาหลี ซึ่งจัดขึ้นเมื่อปี 2553 ที่ผ่านมาของเฮอรับาไลฟ์ สะท้อนถึงความสำเร็จของสสปน. ในการเร่งฟื้นฟูภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทยภายใต้โครงการ “Believe in Thailand” หรือ “มั่นใจ...เมืองไทยพร้อม” ซึ่งใช้แนวคิดหลักในการสื่อสารว่า “เมืองไทย: สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ”

การประชุม “เฮอรับาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็กซ์ตราว่าแกนซ่า 2011 – กรุงเทพฯ” จะจัดขึ้น ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค โดยจะมีผู้บริหารและผู้นำฝ่ายอิสระเฮอรับาไลฟ์จากทั่วภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก กว่า 13 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย ยองกง อินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี มาเลเซีย นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไต้หวัน เวียดนาม และไทย ร่วมกันดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้นำฝ่ายอิสระเฮอรับาไลฟ์อย่างครบวงจร

“การจัดงานเฮอรับาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็กซ์ตราว่าแกนซ่า ในปีนี้ถือเป็นงานไม่ธรรมดา “เมกะอีเวนต์” ที่ใหญ่ที่สุดของไทยในปี 2554 โดยคาดว่าจะมีผู้บริหารและผู้นำฝ่ายอิสระเฮอรับาไลฟ์จากต่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิกเดินทางเข้ามาร่วมงานในประเทศไทยกว่า 25,000 คน และจะสร้างรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศได้กว่า 1,560 ล้านบาท จากรายได้ประมาณการในอุตสาหกรรมไมซ์ประจำปี 2554 ทั้งสิ้นจำนวน 57,600 ล้านบาท และจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งสิ้นราว 720,000 คน ดังนั้นการจัดงานในครั้งนี้จึงถือเป็นความสำเร็จที่สำคัญของประเทศไทยที่ได้เป็นเจ้าภาพจัดงานยิ่งใหญ่อีกครั้ง ซึ่งแสดงถึงศักยภาพและความ

MEETINGS AND INCENTIVES



สสปน. เตรียมพร้อม ต้อนรับเมกกะอีเวนต์แห่งปี “เฮอรับาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็กซ์ตราว่าแกนซ่า 2011” ตอกย้ำความสำเร็จของโครงการ “มั่นใจ...เมืองไทยพร้อม”

สสปน. สนับสนุนการจัดการงานยิ่งใหญ่แห่งปี “เฮอรับาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็กซ์ตราว่าแกนซ่า 2011 – กรุงเทพฯ” (Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2011 – Bangkok) จัดโดยเฮอรับาไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ไทยแลนด์) ลิมิเตด ระหว่างวันที่ 6 – 8 พฤษภาคมนี้ เตรียมพร้อมต้อนรับคณะผู้บริหารและผู้นำฝ่ายอิสระเฮอรับาไลฟ์เข้าร่วมประชุมกว่า 25,000 คน จาก 13 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มั่นใจสร้างรายได้ผ่านอุตสาหกรรมไมซ์เข้าประเทศอีกกว่า 1,560 ล้านบาท

พร้อมของประเทศไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับการจัดงานเชิงธุรกิจในระดับนานาชาติ” นายอรรถพล กล่าวเสริม

ด้าน มร.วิลเลียม ไมเคิล ราห์น รองประธานอาวุโส และกรรมการผู้จัดการภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก เฮอรับาไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล ลิมิเตด กล่าวว่า “การประชุมเฮอรับาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็กซ์ตราว่าแกนซ่า 2011 เป็นการอบรมสัมมนาครั้งสำคัญของ เฮอรับาไลฟ์ทั่วโลก ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้นำฝ่ายอิสระเฮอรับาไลฟ์ได้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับทิศทางและกลยุทธ์การตลาด และยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แห่งความสำเร็จ รวมทั้งได้พบปะกับผู้บริหารระดับสูง เพื่อร่วมกันสร้างรูปแบบทางธุรกิจใหม่ภาพรวมในการทำงานร่วมกัน”

“โดยตลอดระยะเวลา 3 วันของการประชุม กิจกรรมหลักที่ถือเป็นไฮไลต์ได้แก่ การประชุมสมาชิกตั้งแต่ระดับซูเปอร์ไวเซอร์จนถึงระดับสูง การแบ่งปันประสบการณ์การทำงานให้ประสบความสำเร็จจากระดับผู้นำเฮอรับาไลฟ์ไอดอล กิจกรรมเฮอรับาไลฟ์สไตล์โดยปิดท้ายด้วยงานเลี้ยงกาลาดีนเนอร์ซึ่งถือเป็นรางวัลสำหรับการทำงานหนักมาตลอดทั้งปีของผู้นำฝ่ายอิสระเฮอรับาไลฟ์” มร.ราห์น กล่าว

สำหรับการจัดประชุมเอเชีย แปซิฟิก เอ็กซ์ตราว่าแกนซ่า 2011 ครั้งนี้ นับเป็นครั้งที่ 5 ที่เฮอรับาไลฟ์เลือกประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม ด้วยศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นตลาดสำคัญของเฮอรับาไลฟ์ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมีความพร้อมในทุกๆ ด้าน อาทิ ศูนย์การประชุมและศูนย์แสดงสินค้า สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอาหารไทยที่เลื่องชื่อ ตลอดจนกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ล้วนเป็นปัจจัยบวกที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการจัดประชุมซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากได้

TCEB ROLLS OUT THE RED CARPET TO WELCOME THE BIGGEST EVENT OF THE YEAR: HERBALIFE ASIA-PACIFIC EXTRAVAGANZA 2011 EMPHASIZING THE SUCCESS OF THE "BELIEVE IN THAILAND" CAMPAIGN

TCEB is extending its full support to the largest event of the year, "Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2011 – Bangkok", which is being hosted by Herbal Life International (Thailand) Ltd and will run from May 6 to 8, 2011. The Bureau has paved the way in preparing for Thailand to welcome more than 25,000 Herbalife executives and independent distributors from 13 countries across the Asia Pacific region. The event is expected to generate more than Bt1.56 billion in revenue.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President says that Thailand is honoured to host "Herbalife Asia-Pacific Extravaganza 2011 – Bangkok". The annual event was held in Korea last year. The fact that it is being held in Thailand reflects the international community's strong and continued confidence in Thailand, to which TCEB has contributed through its "Believe in Thailand" campaign with the key message: "Thailand inspires your business success".

The Asia Pacific regional meeting: "Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2011 – Bangkok" will be held at BITEC Convention and Exhibition Centre, and will welcome Herbalife executives and independent distributors from all over the Asia Pacific including Australia, Hong Kong, India, Indonesia, Japan, Korea, Malaysia, New Zealand, Philippines, Singapore, Taiwan and Vietnam as well as Thailand. The event aims to integrate and strengthen Herbalife's independent distributors.

"This year's 'Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2011' event is considered the mega event for Thailand in 2011, and is expected to attract more than 25,000 Herbalife International executives and independent distributors from across the Asia-Pacific region, generating more than US\$50 million (Bt1.56 billion) for Thailand. In 2011, TCEB estimates that the MICE industry will generate a total revenue of US\$1.86 billion (Bt57.6 billion) with up to 720,000 MICE travelers visiting the country. It is therefore a big success for Thailand to host this mega event as it shows the country's potential and capacity to host major international business events."

William Michael Rahman, Senior Vice President and Managing Director for Asia Pacific, Herbalife International Ltd said, "Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2011- Bangkok" is considered a key training seminar for Herbalife worldwide, giving its distributors a unique opportunity to receive training in business and marketing strategies. In addition, it also acts as a forum for exchanging success stories and provides a chance to meet with senior Herbalife executives in person and to contribute to the building of an overall business model.

"Major activities of the 3-day event include meetings for members from supervisors to higher cadres, the sharing of experiences of Herbalife leaders ('Herbalife Idols') in building successful Herbalife businesses and a Herbalife-style day. It ends with a gala dinner party. We see this also as a reward for all Herbalife distributors for all their hard work and dedication throughout the year," said Rahman.

"This is the fifth time the Herbalife group has chosen Thailand as the host for this flagship annual event, signaling the country's importance as a strong and growing market for Herbalife, and underscoring Thailand's readiness and potential in terms of dedicated convention and exhibition centers, world-class infrastructure and facilities and, of course, Thailand's unique culture, hospitality and world-renowned cuisine. All of these factors, as well as Thailand's diverse tourism opportunities, contribute to the selection of Thailand as a destination for our events, and to the large numbers of delegates we see at our events held here."





UFI

สัมมนา UFI แห่งเอเชีย ที่ กรุงเทพฯ ชูนโยบายการ พัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประเทศไทยโชว์ วิสัยทัศน์ การจัด งานไมซ์แบบสีเขียว ในเวทีนานาชาติ

ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการเป็น
สถานที่สำหรับการจัดงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ
ของสมาคมอุตสาหกรรมจัดการนิทรรศการระดับ
โลก (UFI, Union des Foires Internationales,
The Global Association of the Exhibition
Industry) ประจำปี 2511 โดยทำลายสถิติจำนวน
ผู้เข้าร่วมประชุมมากกว่า 270 คน จาก 26
ประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของแคมเปญ
‘Believe in Thailand’ ที่ สสพ. ได้ริเริ่มขึ้น

การสัมมนาซึ่งจัดโดย UFI ด้วยความร่วมมือของ สสพ. และสมาคม
การแสดงสินค้า (ไทย) ในระหว่าง 2 วันของการสัมมนา ภายใต้
หัวข้อ “Elements of Success” วิทยากรจากหน่วยงานด้านการ
แสดงสินค้าชั้นนำ ชับพลายเออร์ และสถานที่จัดงานแสดงสินค้า
จากประเทศต่างๆ ในเอเชียและยุโรป เช่น ประเทศไทย จีน อินเดีย
สิงคโปร์ เยอรมนี และ เบลเยียม ได้เข้าร่วมเสวนาถึงแนวโน้มในปัจจุบัน และประเด็น
ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการแสดงสินค้าในเอเชีย

ในขณะเดียวกัน มีองค์ประกอบใหม่ๆ ที่สนับสนุนความสำเร็จของอุตสาหกรรม
แสดงสินค้าให้เติบโตไปอย่างรวดเร็ว เช่น บทบาทของสื่อใหม่ นโยบายการพัฒนาเพื่อ
ความยั่งยืน การวางแผนรับมือวิกฤตการณ์ และเทคโนโลยีสำหรับการบริหารจัดการ
งานแสดงสินค้า นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอแนวทางใหม่ๆ เพื่อให้ลูกค้า และชัปพลาย
เออร์ ยังคงขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการค้าปัจจุบัน

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวถึงผลตอบรับจากการจัดงานว่า
สสพ. ได้รับเกียรติในการเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังของพลังขับเคลื่อนการจัดงาน
สัมมนาครั้งนี้ ในฐานะเป็นสถานที่จัดงานระดับโลกซึ่งผู้เชี่ยวชาญจากอุตสาหกรรม
การแสดงสินค้ามารวมตัวกัน ได้สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยในการเป็นจุดหมาย
ปลายทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของอาเซียน อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นในตลาด
ต่างประเทศถึงขีดความสามารถในการจัดงานของประเทศไทย

การสัมมนาครั้งนี้ UFI ยังได้จัดการประชุมว่าด้วยเรื่องการพัฒนาเพื่อความ
ยั่งยืน (Sustainable Development Focus Meeting) โดย นายไมเคิล ดัก ประธาน
คณะกรรมการส่วนพัฒนาอย่างยั่งยืน สมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก และ

เลขาธิการคณะกรรมการฯ ได้นำเสนอแผนปฏิบัติการของ UFI เพื่อส่งเสริมสนับสนุน
และกระตุ้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ในขณะที่ นายอรรถพล ได้รับเชิญเป็นหนึ่งในวิทยากรเพื่ออธิบายถึงการพัฒนาที่
สำคัญในประเทศไทย เป้าหมายและผลลัพธ์ของการริเริ่มโครงการ “กรีน มีทีติงส์” หรือ
“การประชุมสีเขียว” ซึ่ง สสพ. ได้ผนึกกำลังกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนพัฒนา
แผนยุทธศาสตร์ระดับชาติสำหรับอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าของไทย

นายอรรถพล กล่าวว่า “สสพ. ได้ส่งเสริมกรีนมีทีติงส์ ให้เป็นจุดแข็งในการดึงดูด
ผู้ให้บริการไมซ์ทั้งในประเทศและนานาชาติ โดยที่ผ่านมา แม้มาตรฐานกรีนมีทีติงส์
ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้ประกอบการไมซ์ เพราะแนวทางการปฏิบัติ
ของเราสามารถนำไปปรับใช้ได้ง่าย อย่างไรก็ตาม สสพ. จะดำเนินการในเชิงรุกมาก
ขึ้น ซึ่งนโยบายขั้นต่อไป คือ การกระตุ้นให้ผู้ดำเนินธุรกิจไมซ์และตัวแทนของภาคส่วน
ต่างๆ หันมาใช้แนวทางกรีนมีทีติงส์อย่างจริงจังมากขึ้น เช่น ภาครัฐบาลที่ในขณะนี้เริ่ม
มีการนำแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวไปปรับใช้ในการเลือกโรงแรมที่พัก เลือกสถานที่
สำหรับจัดประชุม สัมมนา ที่มีนโยบายเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม”

“สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคเอกชนเราจะกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็น
ว่าการนำมาตรฐานกรีนมีทีติงส์ไปใช้จะช่วยส่งผลดีในการสร้างโอกาสทางธุรกิจ เป็น
กลยุทธ์ทางการตลาดดึงดูดผู้ให้บริการ และช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาว เป็นการ

2011 UFI OPEN SEMINAR IN ASIA IN BANGKOK EMPHASIZES SUSTAINABLE DEVELOPMENT THAILAND REVEALS ITS VISION FOR GREEN MEETINGS

Thailand earned well-merited success in hosting the “2011 UFI Open Seminar in Asia”, which took place in Bangkok on February 24-25, 2011. The event reached a new record in terms of delegates, welcoming more than 270 industry representatives from 26 countries. This overwhelming participation in the UFI Open Seminar has also proved the success of Thailand’s TCEB-initiated campaign: “Believe in Thailand”.

The event was organised by UFI, the Global Association of the Exhibition Industry, in cooperation with TCEB and the Thailand Exhibition Association (TEA).

During the two-day seminar on the theme “Elements of Success”, speakers from leading exhibition organizers, suppliers and venues from markets in Asia and Europe, including Thailand, China, India, Singapore, Germany and Belgium, discussed the present trends and issues that impact the exhibition industry in Asia. New elements seen as contributing to the success of the industry included the role of social media, sustainable development policies, crisis planning and technologies related to event management. Newer approaches were also addressed, allowing contractors and suppliers to remain competitive and relevant to the current marketplace.

Akapol Sorasuchart, TCEB’s President, said in response to the positive feedback, that TCEB was honoured to be one of the driving forces behind the UFI Open Seminar in Asia. As the host venue for such a high-profile international event that brings together key figures from the trade industry, Thailand’s reputation as the most popular exhibition destination in ASEAN has been enhanced. This also further builds the confidence that international markets have in the Thailand’s capabilities.

As part of the event, UFI hosted the Sustainable Development Focus Meeting. Michael Duck, Senior Vice-President, UBM Asia (China) and Chairman of the UFI Sustainable Development Committee, and the UFI Sustainable Development Committee’s Secretary, Christian Druart, presented actions to promote, encourage and support sustainability within the exhibition industry.

Akapol was invited to speak about the main developments in Thailand, and detailed the objectives and results of the “Green Meetings Thailand” government initiative. TCEB has worked with a pool of organizations from the both the private and public sectors to develop a coherent national strategic plan for Thailand’s exhibition industry.

Akapol explained that TCEB has promoted Green meetings to attract both domestic and international buyers. Although the Green meetings standard has been widely recognized by MICE operators because it is a simple practice, TCEB has adopted a more aggressive strategy. As part of its policy, the Bureau encourages MICE operators and representatives of various sectors to be active in all aspects of Green meetings. The government sector, for example, has begun to adopt Green meetings as a part of procurement. Government agencies are required to select only environmentally friendly accommodation and venues for their meetings.

“For the private sector, we will continue to promote the fact that green meetings can boost business opportunities to MICE operators. It is an effective marketing strategy to draw buyers and help reduce long-term expenses. It also serves to enhance corporate image on social and environmental responsibility,” said Akapol.

As part of its market strategy for this year, TCEB is adopting the Green Meetings concept as a marketing campaign by offering incentives to attract organizations or companies that want to organize green meetings in Thailand. TCEB is supporting events through food, speakers, as well as health and cultural promotion activities.

Green meeting are crucial to reducing social and environmental impacts. Green meetings are active practice in overseas countries, especially in European nations. Notably, MICE operators have been considerably increasing green meeting measures as consumers make eco-friendly issues a factor in choosing venues or attending events.

Green meetings can be promoted through two main methods. Firstly,





สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” นายอรรถพล กล่าว

สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ ปีนี้ สสปน. ก็จะนำแนวทางกรีนมีทติ้งส์ มาปรับใช้เป็นนโยบายทางการตลาด โดยจัดให้มีการให้การสนับสนุนหน่วยงานและองค์กรที่มีการจัดประชุมแบบสีเขียว

การประชุมสีเขียวเป็นกลยุทธ์สำคัญในการลดผลกระทบทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยปัจจุบัน การประชุมสีเขียวได้กลายเป็นสิ่งที่ปฏิบัติกันอย่างจริงจังในต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่พัฒนาในยุโรป ซึ่งจะเห็นว่า ผู้ประกอบการที่ให้บริการเกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ได้เพิ่มมาตรการด้านการประชุมสีเขียวอย่างจริงจัง ในขณะที่ผู้บริโภคนำมาเป็นข้อต่อรองในการเลือกสถานที่ที่จะจัดงานหรือการเข้าไปเยี่ยมชมงานต่างๆ

การส่งเสริมแนวทางการประชุมสีเขียวสามารถทำได้สองส่วนหลักคือ การกระตุ้นให้ผู้ประกอบการทั้งหลาย เช่น ศูนย์แสดงสินค้า โรงแรม เป็นต้น ให้หันมาลดต้นทุนการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยหันมาใช้พลังงานธรรมชาติมากขึ้น การใช้วัสดุธรรมชาติแทนวัสดุที่ทำลายสิ่งแวดล้อม ลดการใช้กระดาษ ลดอุณหภูมิในห้อง หรือเปลี่ยนเป็นการประชุมนอกสถานที่แทน รวมทั้งการรณรงค์ให้ผู้เข้าร่วมประชุมหรือแสดงสินค้า เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะแทนการใช้รถยนต์ส่วนตัว

ส่วนที่สองคือ กระตุ้นให้ประชาชนและผู้บริโภคหันมาสนับสนุนโครงการนี้ โดยเลือกจัดงานเฉพาะสถานที่ที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปรับตัวทางอ้อม

นอกจากนี้ สสปน. จะร่วมมือกับสมาคมต่างๆ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐบาล ในการพัฒนาการประชุมสีเขียวอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ประชาชน ควบคู่กับการทำกลยุทธ์การตลาด ขณะเดียวกันก็มีการสื่อสารกับคู่ค้าต่างประเทศว่าประเทศไทยมีความก้าวหน้าที่สุดในภูมิภาคในเรื่องการประชุมสีเขียว แม้แต่ญี่ปุ่นและออสเตรเลีย ต่างก็สนใจที่จะมาเรียนรู้จากประเทศไทย

ทั้งนี้ สสปน. ได้จัดทำ “Green Survey” ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อแสดงถึงการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีการดำเนินการจัดงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (สสท.) เพื่อทำเป็นคู่มือ Green Meetings Guideline แก่ผู้ประกอบการ

คู่มือฉบับนี้มีรายละเอียดเกี่ยวกับ การจัดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล และการจัดนิทรรศการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้วางแนวทางปฏิบัติอยู่ภายใต้แนวความคิดในการหลีกเลี่ยง ลด หรือนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ใหม่

อย่างไรก็ตาม สสปน. จะต้องติดตามและประเมินผลว่า การพัฒนาการประชุมสีเขียวของประเทศไทยอยู่ในระดับใดเมื่อเทียบกับนานาชาติ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนทำงานต่อไป

ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค เมืองทองธานี เป็นหนึ่งในกรณีตัวอย่างที่ดำเนินการตามมาตรฐานกรีนมีทติ้งส์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์พลังงาน ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และลดค่าใช้จ่าย ตามโครงการ “I AM 3 R” ภายใต้แนวคิด We Do, We Care โดยมาตรการดังกล่าว ทำให้อิมแพคสามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้กว่า 12 ล้านบาทในปี 2553 ที่ผ่านมา และคาดว่าจะสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 15 ล้านบาทในปี 2554

ด้านนายไมเคิล ดัก ประธานคณะกรรมการส่วนพัฒนาอย่างยั่งยืน สมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก (UFI) กล่าวว่า “การประชุมสีเขียว มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น

เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ดึงดูดผู้ให้บริการไมซ์ และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กรมากขึ้น และเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ อีกด้วย

“การผลักดันแนวทางกรีนมีทติ้งส์ สสปน. กำลังดำเนินการอยู่นั้น เสมือนเป็นทางออกสำหรับสมาชิกอุตสาหกรรมไมซ์ในการสร้างความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากด้วยความได้เปรียบในด้านต่างๆ เช่น การมีศูนย์ประชุม โรงแรม ที่ได้มาตรฐานระดับสากล มีระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวก ทันสมัย และมีคนไทยที่มีความสามารถ มีศักยภาพในการต้อนรับ ทำให้ผมมั่นใจว่าประเทศไทยมีศักยภาพและมีความพร้อมสำหรับงานประชุมสัมมนา งานจัดแสดงนิทรรศการระดับโลก และสามารถเป็นต้นแบบที่ดีให้กับประเทศอื่นๆ ได้นำมาตรฐานกรีนมีทติ้งส์ไปใช้ การที่ สสปน. ช่วยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์มีความใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวทางที่ UFI เน้นย้ำ เช่น การลดการใช้กระดาษ เลือกวิถีเดินทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การประหยัดพลังงาน ถือว่าถูกต้องทาง และเป็นผู้นำในภูมิภาคนี้” นายดัก กล่าว

นอกจากนี้ นายภู ช่อ빈 กรรมการผู้จัดการ บริษัทอินโฟ ซาลอนส์ (ไซนา) ได้ฉายภาพให้เห็นว่าฐานข้อมูลเว็บไซต์ และโทรศัพท์มือถือสามารถเปลี่ยนแนวทางการรับ-ส่ง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้อย่างไร อีกทั้งยังช่วยลดความสิ้นเปลืองและเวลาของทั้งผู้จัดงาน ผู้แสดงสินค้า และผู้เข้าชมงานได้อย่างมากมาย

“ในขณะที่ภูมิภาคอาเซียนกำลังก้าวไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 สสปน. ได้เดินทางนำพัฒนากรุงเทพมหานคร ให้เป็น มหานครสำหรับการจัดงานแสดงสินค้าแห่งอาเซียนอย่างแท้จริง ในขณะที่แนวคิดด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรมก็ไม่ได้เป็นเพียงทางเลือกอีกต่อไป หากแต่เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ เราเชื่อว่า ความพยายามร่วมกันกับ UFI จะกระตุ้นอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและภูมิภาค ให้ปรับเปลี่ยนไปสู่ทิศทางการประชุมสีเขียวมากขึ้น ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าทุกระดับเป็นสิ่งจำเป็นที่จะสร้างความมั่นใจในอนาคตที่สดใสและยั่งยืนสำหรับอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในเอเชีย” นายอรรถพล กล่าวทิ้งท้าย

ผลจากความพยายามของ สสปน. ในการผลักดันโครงการ “กรีนมีทติ้งส์” กว่า 2 ปีที่ผ่านมา ทำให้กรุงเทพมหานครได้รับเลือกให้เป็นเมืองที่มีความโดดเด่นในการพัฒนาเรื่องกรีนมีทติ้งส์ (Developing Leadership) เป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย และเป็นหนึ่งใน 10 ของโลก จากผลสำรวจ Leadership in Sustainability: The ‘Why’ and The ‘How’ ในงาน UFI Annual Conference, 2010 ที่จัดโดย MCI ซึ่งเป็นบริษัทในธุรกิจการจัดงานประชุมระดับโลก

กรุงเทพฯ เป็นเพียงหนึ่งในสองเมืองของภูมิภาคเอเชียที่ได้รับการยอมรับในกลุ่ม Developing Leadership ทางด้านกรีนมีทติ้งส์ โดยเมืองอื่นๆ ประกอบไปด้วย เอเธนส์ สต็อกโฮล์ม เบอร์ลิน และโซล ส่วนกลุ่ม Process Leadership มีเพียงเมืองบูดาเปส ในกลุ่ม Industry Thought Leadership ได้แก่ โคเปนเฮเกน อัมสเตอร์ดัม และลอนดอน และในกลุ่ม Performance Leadership ได้แก่ ปารีส และเวียนนา

นอกจากนี้ กรุงเทพฯ ติดอันดับหนึ่งในเอเชียโดยวัดจากการนำเสนอสินค้าและบริการของศูนย์จัดประชุม รวมถึงหน่วยงานที่กำกับดูแลทางด้านไมซ์โดยตรงที่ดำเนินการสอดคล้องกับการสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อมตามคุณสมบัติของ APEX/ASTM environmental sustainability draft standards

by encouraging operators, such as international convention and exhibition centers and hotels, to reduce electric power consumption and use more natural energy, use natural materials, reduce paper use, control in-room temperature, hold the meetings outside, and encourage visitors or exhibitors to travel by public transport rather than private vehicles.

Secondly, TCEB will encourage people to support Green meetings by choosing only event venues that participate in the project. This would indirectly force the operators to make the necessary adjustments to meet the needs of consumers.

In addition, TCEB will team up with various associations, as well as other organisations in the public and private sectors, to further develop Green meetings. This part of the campaign aims to educate people in order to go hand-in-hand with the marketing strategy. At the same time, TCEB will promote Thailand's development in this sector to overseas partners; Thailand has made the most progress in Green meetings in the region. Even Japan and Australia are interested in learning about Thailand's Green meetings practice.

Earlier, TCEB joined up with the Thailand Environment Institute (TEI) to conduct a "Green Survey". The results reflected the implementation of Green meetings for Thailand's MICE operators and have enabled TCEB to produce a Green Meetings Guideline for operators. The guideline provides details of green meetings along with practical guidance under the concept "avoid, reduce and reuse".

However, TCEB must constantly monitor and assess the level of Thailand's Green meetings development and compare this with that of international countries. This serves as the basis for further planning.

IMPACT Arena, Exhibition and Convention Center, Muang Thong Thani is one of the case studies, operating according to the Green Meetings standard. Through the "I AM 3 R" project under the concept "We Do We Care", IMPACT was successful in reducing more than Bt12 million in expenses last year. The center expects expenses in 2011 to decrease by Bt15 million.

Michael Duck, Chairman of UFI Sustainable Development Committee, stressed the importance of Green meetings, noting that they bring many benefits to the MICE operators, including greater business opportunities. "Green meetings," he added, "are more attractive to buyers and give the organizers a better corporate image with social responsibility.

"The current Green Meetings campaign of TCEB's can be a solution for industry

members to develop sustainability with environmentally friendly operations. Because of its advantages in terms of convention and exhibition centers, world-class hotels, a convenient and modern transportation system, as well as its capabilities and hospitality, I'm confident that Thailand has the potential and readiness to host international MICE events. In addition, Thailand can be a role model for other countries to adopt the Green Meetings standard. TCEB's campaign to encourage operators to pay more attention to the environment and, in particular, reduce the carbon footprint, is also one of UFI's action plans, which includes reduction of paper use, environmentally friendly travel vehicles and energy saving. Thailand is moving in the right direction and is a pioneer in the region," Duck said.

Gu Xuebin, Managing Director of Info Salons (China), illustrated how web-based and mobile applications can change the way that information is transferred and used, contributing to large reductions in the waste usually produced by organizations, exhibitors and visitors.

"As the ASEAN region moves towards full integration by 2015, TCEB continues to make Bangkok a true 'Exhibition City of ASEAN'. Sustainability in the MICE industry should no longer be considered as an optional extra but as standard industry practice. We believe our efforts, when combined with UFI's, will encourage the local and regional industry to adopt a greener direction. Close collaboration among industry authorities at all levels is essential to ensure a bright and sustainable future for exhibitions and trade shows in Asia," added Akapol.

As a result of TCEB's efforts to drive the Green meetings campaign over the past two years, Bangkok has been ranked the top city in Asia for Green Meetings and is among the top 10 cities in the world, according to the "Leadership in Sustainability: The Why and The How" survey organized by global event management association MCI as part of their UFI Annual Conference 2010.

Bangkok is one of only two cities in Asia demonstrating strong practices in Green Meetings with top scores in the Developing Leadership category. Other cities in the same category include Athens, Stockholm, Berlin and Seoul. In the category of Process Leadership, only Budapest met the standards, while the category of Industry Thought Leadership includes Copenhagen, Amsterdam and London. Paris and Vienna were recognized in the Performance Leadership category.

Moreover, Bangkok was ranked number one in Asia through the evaluation on products and services, as well as in the operations of MICE Bureau that meet APEX/ ASTM environmental sustainability draft standards.



กรุงเทพฯ ผงาดอันดับหนึ่งเมือง ปลายทางกรีนมีทติ้งในเอเชีย



ผลจากความพยายามของ สสปน. ในการผลักดันโครงการ “กรีนมีทติ้ง” กว่า 2 ปีที่ผ่านมา ทำให้กรุงเทพมหานครได้รับเลือกให้เป็นเมืองที่มีความโดดเด่นในการพัฒนาเรื่องกรีนมีทติ้ง (Developing Leadership) เป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย และเป็นหนึ่งใน 10 ของโลก จากผลสำรวจ Leadership in Sustainability: The ‘Why’ and The ‘How’ ในงาน UFI Annual Conference, 2010 ที่จัดโดย MCI ซึ่งเป็นบริษัทในธุรกิจการจัดงานประชุมระดับโลก

จากผลสำรวจพบว่า กรุงเทพฯ เป็นเพียงหนึ่งในสองเมืองของภูมิภาคเอเชียที่ได้รับการยอมรับในกลุ่ม Developing Leadership ทางด้านกรีนมีทติ้ง โดยเมืองอื่นๆ ประกอบไปด้วย เอเธนส์ สต็อกโฮล์ม เบอร์ลิน และโซล ส่วนกลุ่ม Process Leadership มีเพียงเมืองบูดาเปสต์ ในกลุ่ม Industry Thought Leadership ได้แก่ โคเปนเฮเกน อัมสเตอร์ดัม และลอนดอน และในกลุ่ม Performance Leadership ได้แก่ ปารีส และเวียนนา

กรุงเทพฯ ติดอันดับหนึ่งในเอเชียโดยวัดจากการนำเสนอสินค้าและบริการของศูนย์จัดประชุม รวมถึงหน่วยงานที่กำกับดูแลทางด้านไมซ์โดยตรงที่ดำเนินการสอดคล้องกับการสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อมตามคุณสมบัติของ APEX/ASTM environmental sustainability draft standards

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. กล่าวว่า ที่ผ่านมา สสปน. ได้ร่วมกับพันธมิตรพยายามผลักดันให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยมีความตระหนักในมาตรฐานกรีนมีทติ้ง และมีทิศทางที่ชัดเจนในการดำเนินการ ซึ่งประเทศไทยถือเป็นประเทศแรกในเอเชียที่ริเริ่มเรื่องนี้ ปัจจุบัน สสปน. ได้มีการขยายขอบเขตการรับรู้ และการตระหนักในเรื่องกรีนมีทติ้งไปสู่ผู้ใช้บริการการจัดงานต่างๆ ในเมืองไทย เพื่อช่วยให้มาตรฐานกรีนมีทติ้งเป็นเรื่องพื้นฐานที่ทุกคนนำไปปฏิบัติตามเมื่อมีแนวคิดในการจัดงานประชุม สัมมนา แสดงสินค้า รวมไปถึงการจัดงานสังสรรค์อื่นๆ ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยได้รับการยอมรับในการสำรวจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานกรีนมีทติ้ง รวมถึงถูกเลือกจากนักธุรกิจ และผู้จัดงานทั่วโลกอีกด้วย

“จากนี้ไป สสปน. จะพยายามขยายมาตรฐานกรีนมีทติ้งให้เกิดความตระหนักในทุกจังหวัดของประเทศไทย เพื่อให้เราได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติว่าเป็นประเทศจุดหมายปลายทางด้านกรีนมีทติ้งอย่างแท้จริงในทุกๆ เมือง” นายอรรถพล กล่าวเสริม ทั้งนี้ ผู้สนใจในการจัดงานตามมาตรฐานกรีนมีทติ้งสามารถตรวจสอบวิธีการได้จากแนวการปฏิบัติด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมการจัดประชุม

สัมมนา และนิทรรศการ หรือ Green Meetings Guideline สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.greenmeetingsthailand.com/book/th/>

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่าหลายหน่วยงานภาคเอกชนได้ตื่นตัวในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการประชุม สัมมนาด้วยการใช้กลยุทธ์สีเขียวอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งนอกจากช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดค่าใช้จ่าย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรแล้ว ยังใช้เป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาดในการดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการอีกด้วย

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและสถานที่จัดงานชั้นนำในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เป็นหนึ่งในองค์กรเอกชนที่มีการดำเนินกลยุทธ์สีเขียวอย่างชัดเจน ภายใต้หลักปรัชญาที่ว่า กลยุทธ์สีเขียวต้องเริ่มต้นจากข้างใน

นายสุกิจ อุอินทุ รองประธานฝ่ายพัฒนาสังคม บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล กล่าวว่า ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ทำธุรกิจด้านอาหาร โรงแรม และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ ซึ่งบริษัทได้ให้ความสำคัญถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี ถือเป็นส่วนหนึ่งในปรัชญาของบริษัทที่มุ่งเน้นในเรื่อง 3 P คือ People, Planet และ Profit นอกจากนี้ พนักงานของบริษัทยังได้รับการปลูกฝังให้มี Passion ด้วย คือ ต้องมีความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และต้องมีความใส่ใจในการทำธุรกิจ โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

“กลยุทธ์สีเขียวขององค์กรพัฒนาขึ้นมาจากจิตสำนึก (awareness) ของคนไม่ว่าจะเป็นพนักงานฝ่ายไหน ก็สามารถนำเอากลยุทธ์สีเขียวไปปรับใช้ได้ตามความเหมาะสม อย่างเช่น ฝ่ายไอทีจะต้องคำนึงถึงว่าทำอย่างไรที่จะใช้กระดาษให้น้อยที่สุด องค์กรของเรามีพนักงานกว่า 2 หมื่นคน ถ้าจะแจกสลิปเงินเดือนให้พนักงานทุกคน ก็จะเป็นการเปลืองทรัพยากรกระดาษ เราจึงพัฒนาขึ้นมาเป็นในรูปแบบของ e-slip ซึ่งก็สามารถช่วยประหยัดกระดาษไปได้ สำหรับการจัดประชุมสีเขียว ก็เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการดำเนินงานของบริษัท โดยได้จัดตั้งคณะกรรมการระบบบริหารสิ่งแวดล้อม

BANGKOK TOPS THE DREAM GREEN MEETINGS DESTINATIONS IN ASIA

Thanks to TCEB's endeavours in promoting "Green Meetings" over the past two years, Bangkok has been ranked the top city in Asia for Green Meetings and is among the top 10 cities in the world, according to the "Leadership in Sustainability: The Why and The How" survey organized by global event management association MCI as part of their UFI Annual Conference 2010.



The survey showed that Bangkok is one of only two cities in Asia demonstrating strong practices in Green Meetings with top scores in the Developing Leadership category. Other cities in the same category include Athens, Stockholm, Berlin and Seoul. In the category of Process Leadership, only Budapest met the standards, while the category of Industry Thought Leadership includes Copenhagen, Amsterdam, and London. Paris and Vienna were recognized in the Performance Leadership category.

Bangkok was ranked number one in Asia through the evaluation on products and services as well as in the operations of MICE bureau that meet APEX/ASTM environmental sustainability draft standards.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President, said that in the past, TCEB has teamed up with strategic partners to stimulate local MICE operators' awareness about Green Meetings. Thailand is the first country in Asia to initiate this concept with a clear operational direction.

Today, TCEB has extended the Green Meetings concept to buyers nationwide. It aims to promote the Green Meetings standard as a principle for all who wish to organize meetings, conventions, exhibitions and other events. This will help Thailand win recognition in all categories relevant to Green Meetings standards. In addition, Thailand will be chosen by businessmen and organizers worldwide as a preferred destination.

"TCEB will attempt to spread awareness of the Green Meetings standard nationwide. Eventually, Thailand will receive international recognition that all her cities are destinations for real Green Meetings," said Akapol.

Those interested in finding out more about how they can play a part in the Green Meetings revolution should visit www.GreenMeetingsThailand.com/book/th.

Sukich Udindu, Vice President of Corporate Social Responsibility at Minor International, explained that Minor International is one of the largest hospitality and leisure companies in the Asia Pacific region and is greatly concerned about

environmental impacts. The company's philosophy emphasizes the 3Ps: People, Planet and Profit.

The company has embedded the same passion in its staff; they must also have the same view on environmental conservation and conduct business with sincere environmental concerns.

"The corporate green strategy has been further developed because of our awareness, enabling all staff to apply the strategy in their operations. For example, the IT Department considers how to minimize paper use. The company has also

developed e-slips for more than 20,000 people to help reduce paper waste. The company has set up an Environment System Management Committee to supervise water, energy and waste elimination systems. In addition, the company also organizes various activities to stimulate staff awareness about environmental protection. Green Meetings will be another measure."

Sukich added that zero-waste is another measure that is continuously enforced. Zero-waste is applied to all kinds of services such as food arrangements for meetings, conventions and other events. Hotels require careful planning to allow them to estimate the amount of food that will produce the least waste. Any wasted food is reused as fish food or for composting.

Mandarin Oriental Hotel is another successful example of environmental preservation under the 5R strategies: Reduce, Reuse, Repair, Reject and Recycle.

Pensupa Gajasen, Social Director of The Mandarin Oriental Bangkok, said that hotels consume a lot of water and energy, and also produce a large amount of garbage from guests and from meetings. Thus, applied, the Green Meetings concept would substantially reduce the waste of natural resources and the production of garbage.

Pensupa explained that the hotel started Green Meetings procedures by reducing resource consumption, such as lighting, paper and plastic water bottles. The hotel serves drinking water in jugs rather than giving bottled water, as most guests do not drink a whole bottle. Treated wastewater is reused for washing and floor cleaning.



Sukich Udindu

"We try to reduce the plastic water bottles. However, we have to assure guests that the jugs contain fresh and hygienic water. In addition, the hotel serves sugar from a container rather than in sachets, enabling guests to consume as little or as much as they need without waste," said Pensupa.

Meanwhile, Ittipol Vichitsomboon, F&B Manager of Mandarin Oriental Hotel added that the Green Meetings strategy will also affect the hotel's marketing, as the United Nations and non-profit organizations as well as international corporations placed importance on environmental conservation. When they want to organize meetings in Thailand, they look for hotels that meet environmental standards.

The Mandarin Oriental Hotel is considering new initiatives for additional environmental preservation, among them a project to use paper pens rather than plastic and recycled paper instead of white paper. The hotel group intends making a greater effort to reduce the plastic water bottles in its hotels worldwide. Tree planting is an annual activity.

Pensupa is confident that the Green Meetings concept can be applied to hotel management without negative impact on the quality of services. The hotel is proud to participate in social responsibility activities to preserve water resources and the environment.

ONYX Hospitality Group, a leading hotel management company with four diverse complementary hotel brands, Saffron, Amari, Shama and Ozo, operates environmental measures as an integral part of hotel management policy. These include garbage disposal, water, electricity and materials.

Lisa Thomas, Director of Corporate Social Responsibility, said that ONYX hired an environment consultant to train employees on the right garbage recycling method. The training aimed to provide practical knowledge and understanding to hotel employees and allow them to transfer what they learn about garbage recycling to their families and communities.

ONYX has a policy in place to reduce the use of natural resources and the amount

of garbage. Measures include using both sides of a sheet of paper, reducing waste foods from banquets and reusing what's left as animal feed, as well as reusing flowers. The company also used tapioca-made food boxes rather than foam and paper boxes.

For water management, ONYX has its own wastewater treatment plant, with treated water used for floor cleaning. The company also support factories in producing glass water bottles instead of plastic ones.

"Protecting the environment is essential and we all need to join together. Business firms, suppliers and even guests must exchange ideas and experiences on the environment. Guests need to change their habits and not use foam boxes just because it's easy or have a sandwich wrapped in plastic," Lisa added.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President, said that Thailand is the first country in Asia to initiate "Green Meetings" concept as a means to preserve the environment and raise meeting standards in Thailand. Over the past two years, TCEB has supported Green Meetings for MICE operators, such as hotels, convention centers, organizers and other related agencies. The Bureau has also produced a Green Meeting Guideline, a compendium of ways to organize green meetings and the factors that can be adjusted in existing event formats so that they become green meetings. These include meeting venues, accommodation, transport for participants, food & beverages, event organizing patterns, communication and public relations, awards and souvenirs as well as management. Both organizer and host are able to use these eight factors as a standard to create green meetings.

The Green Meetings is an outstanding strategy, but success will largely depend on the collaboration between all parties. If the partners in public and private sectors, sellers and buyers work to create Green Meetings, Thailand will be able to build up branding and the strength to attract organizers from around the globe. This will eventually benefit the country's social and economic development, as well as promote the concept of sustainable environmental conservation.





USA FAM TRIP

สสพ. จัดทริปผู้บริหารสมาคม และสื่อมวลชนกระตุ้นตลาด อเมริกาเหนือ คาดปีนี้โตกว่าร้อยละ 20

สสพ. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย “Believe in Thailand Educational Trip” โดยนำกลุ่มผู้บริหารจากสมาคมต่างๆ และสื่อมวลชนเยือนกรุงเทพมหานคร และภูเก็ต ระหว่างวันที่ 6-11 มีนาคม ที่ผ่านมามา เพื่อให้สัมผัสประสบการณ์จริงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานระดับโลก การบริการต้อนรับที่ยอดเยี่ยม และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวต้อนรับผู้แทนสมาคมและสื่อมวลชนจากสหรัฐอเมริกาว่า กิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อนำเสนอสิทธิประโยชน์ที่แตกต่างของแคมเปญ ‘Believe in Thailand’ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

ในระหว่างการทัศนศึกษา ผู้แทนสมาคมและสื่อมวลชนมีโอกาสได้เห็นถึงขีดความสามารถของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในส่วนต่างๆ รวมไปถึงศักยภาพของภูเก็ต ซึ่งเป็นเมืองชายหาดทันสมัยของชายฝั่งทะเลภาคใต้ที่กำลังพัฒนาไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ชั้นนำของประเทศ

“ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยเปลี่ยนโฉมหน้าไปอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบรถไฟฟ้ามหานคร ระบบโทรคมนาคม สื่อสาร และภาคการบริการ ถึงวันนี้ เราสามารถกล่าวด้วยความมั่นใจว่า ประเทศไทยให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ และนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐานระดับโลก การบริการที่มีประสิทธิภาพ และการต้อนรับมาตรฐานสากล”

แคมเปญ ‘Believe in Thailand’ มีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ถึงขีดความสามารถและศักยภาพของไทยโดยเน้นความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ใน 4 ด้านหลัก คือ การบริการมืออาชีพ; สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานระดับโลก; ความหลากหลายของจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุม; และโอกาสทางธุรกิจอีกมากมาย ดังนั้นจึงไม่มีข้อสงสัยเลยว่า ประเทศไทยพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นเพื่อความสำเร็จในการจัดกิจกรรมไมซ์ทั้งในด้านรูปแบบ และขนาดของงาน

ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายครั้งนี้ สสพ. ได้จัดโปรแกรมโดยให้กลุ่มตัวแทนสมาคมและสื่อมวลชนจากสหรัฐอเมริกา ได้สำรวจสถานที่จริงไม่ว่าจะเป็นโรงแรมชั้นนำในกรุงเทพมหานคร และภูเก็ต และศูนย์การประชุมนานาชาติ ได้แก่ เซ็นทรัลเวิลด์ อิมแพค บิเทค และศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยว กลุ่มแฟมทริปรู้สึกตื่นเต้นที่ได้มาเยือนอยุธยาเมืองมรดกโลก พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระราชวังวิมานเมฆ ซึ่งถือเป็นแลนด์มาร์คของประเทศไทย หลังจากนั้น ได้ไปสัมผัสกับความงดงามของอ่าวพังงา ในขณะเดียวกัน สสพ. ยังได้นำกลุ่มแฟมทริปสนุกสานกับการลิ้มรสอาหารไทยชั้นเลิศ และการแสดงทางวัฒนธรรมที่สยามนิรมิต

นอกจากการสัมผัสสถานที่จริงแล้ว กลุ่มแฟมทริปยังได้รับประสบการณ์จากการบริการแอร์พอร์ทัลด้วยการเช็คอิน และโดยสารไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ที่ผ่านมา ตลาดไมซ์จากอเมริกาเหนือมีสัดส่วนเพียงแค่ร้อยละ 4 ของจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งหมด หรือคิดเป็นจำนวน 29,891 คน แต่ สสพ. คาดว่า ในปีนี้จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์จากอเมริกาเหนือจะเพิ่มขึ้น และยังคงเป็นตลาดที่มีแนวโน้มสูงมาก โดยประมาณการว่า ปีนี้จะมีนักท่องเที่ยวไมซ์จากอเมริกาเหนือเพิ่มขึ้นเป็น 36,000 คน และสร้างรายได้เป็นมูลค่า 2.7 พันล้านบาท

แม้ว่า ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์จากอเมริกาเหนือ ได้แก่สหรัฐอเมริกา และแคนาดา มีอัตราการเติบโตลดลง แต่คาดว่าในปีนี้จะมียอดการเติบโตมากกว่าร้อยละ 20

TCEB ORGANIZES A FAM TRIP TO BOOST NORTH AMERICAN MARKET OVER 20 PER CENT GROWTH EXPECTED THIS YEAR

TCEB organized a “Believe in Thailand : USA Familiarization Trip”, bringing a group of executives from various associations and media from the US to visit Bangkok and Phuket from March 6 to 11, 2011. The visit offered participants first-hand experience of Thailand’s world-class MICE facilities, superb hospitality, professional service, as well as Thailand’s prime tourist attractions.

In his address to the US group, Akapol Sorasuchart, TCEB’s President, explained that the visit had been designed to introduce the unique privileges offered by the “Believe in Thailand” campaign, which has the aim of strengthening Thailand’s MICE industry.

During the trip, the visitors had the opportunity to discover part of Thailand’s MICE capabilities in Bangkok, as well as seeing the potential of Phuket - a modern beach city on the Southern seaboard that is working to establish itself as one of the country’s leading MICE destinations.

“Over the past decade, Thailand has undergone a transformation, especially in terms of its infrastructure, such as its mass transit and communications systems, as well as further development to its service sector. Today, we can say with confidence that Thailand offers MICE visitors and leisure tourists alike an array of world-class facilities, efficient services and international-standard hospitality.

“The “Believe in Thailand” campaign aims to raise awareness of Thailand’s capabilities and potential by stressing four strategic advantages: (1) professional services, (2) world-class infrastructure and facilities, (3) the variety of meeting destinations, and finally, (4) Thailand’s countless business opportunities. There is no doubt that Thailand offers all the essential ingredients for the success of MICE events, regardless of type or scale,” said Mr. Akapol.

TCEB arranged a programme that allowed the US group to inspect first-class hotels in Bangkok and Phuket, as well as international convention and exhibition centers: Grand and Bangkok Convention Center at Central World, IMPACT Arena, Exhibition and Convention Center (IMPACT), Bangkok International Trade Exhibition Centre (BITEC), and Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC). The visitors also visited the World Heritage Site of Ayutthaya, the Grand Palace and the Temple of the Emerald Buddha and Vimarnmek Palace - all well-known tourist attractions. They also had the opportunity to enjoy Phang Nga Bay. In addition, they were able to experience high quality authentic Thai food and the cultural performance at Siam Niramit.

In addition to the site inspections, the group also Tested out Thailand’s Airport Link service, which includes both check-in and transfer to Suvarnabhumi International Airport.

Although the North American MICE market only represents 4 per cent (29,891 visitors) of the total MICE arrivals, the number is expected to grow in 2011, and the US remains a vast potential market for Thailand. It is expected that, in 2011, MICE visitors from North America will increase to 36,000, generating revenues of around Bt2.7 billion. The negative growth experienced by Thailand from the US and Canada is therefore expected to reverse, with visitor numbers anticipated to grow by more than 20 per cent in 2011.