

TCEB NEWSLETTER

www.tceb.or.th • Issue 30 • May-June, 2013

TCEB CALL CENTER 1105



เปิดวิสัยทัศน์ "นพรัตน์"
ผู้อำนวยการที่เลืบคนใหม่

**"NOPPARAT" TCEB'S NEW
PRESIDENT UNVEILS VISION**

4-5 A DECADE OF
ACHIEVEMENT,
"NOPPARAT" TCEB'S NEW
PRESIDENT UNVEILS VISION

6-7
CREATING A NETWORK OF INTERNATIONAL
MICE OPERATORS
**FIRST MYANMAR ROAD
SHOW TO BOOST THAILAND
EXHIBITIONS**



8-11 TCEB PARTNERS WITH PRIVATE SECTOR
AND LEADING GLOBAL MEDIA
**SHOWING THAILAND AS A
DESTINATION FOR EUROPEAN MICE**



12-13
**OPENING A NEW
CHAPTER "MICE
CITY OF THE
ANDAMAN"**

14-15
STRUCTURE OF MICE
CAPABILITIES UNVEILED
**CORE PILLARS TO
DEVELOP MICE
PERSONNEL FOR
INDUSTRY STRENGTH**

16-17
**TCEB WINS MEGA-
SIZED HERBALIFE ASIA
PACIFIC TO THAILAND
FOR THE SIXTH
CONSECUTIVE YEAR**



18-19
EUROPE MICE MARKET
**FOLLOWING A
CAUTIOUS PATH**



20 BUSINESS SCENE



TCEB Newsletter

**Corporate Communications Division
Marketing and Corporate Image
Department**

Editorial Staff:

Director: **Parichat Svetasreni**

Senior Manager: **Arisara Thanuplang**

Senior Manager: **Sumet Kanchanapan**

Manager: **Pishnu Plaikaew**

Senior Executive: **Kanokwan Kadeedang**

Executive: **Atichit Akkarakittikul**

Executive: **Montakorn Prasanrajkit**

**Thailand Convention & Exhibition
Bureau (TCEB)**

Siam Tower, 12B and 26 Floor, 989
Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok
10330

Tel: +66 2 694 6000

Fax: +66 2 658 1411

E-mail: info@tceb.or.th

TCEB CALL CENTER 1105

President: **Pana Janviroj**

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: **WPS (Thailand)**

165/7 Moo 4, Bangna-Trat Rd Km 29.5,

Bang Bo, Samut Prakan 10560

Tel: **(02) 338 3000**



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่านวารสาร ทีเลิ็บ ทุกท่าน

ผมรู้สึกภูมิใจและเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้รับควมไว้วางใจจากคณะกรรมการ ทีเลิ็บ ให้มาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการคนใหม่ ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคมที่ผ่านมา โดยนอกจากการสานต่อแผนแม่บทพัฒนาของอุตสาหกรรมไมซ์ พ.ศ. 2555-2559 แล้ว ผมได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยใน 5 นโยบายหลัก และปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีความคล่องตัวและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ รวมถึงกลยุทธ์การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

ภารกิจที่นับเป็นความตั้งใจของผมในการเข้ามาบริหารงาน คือ การทำให้รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นหนึ่งของธุรกิจที่สร้างรายได้หลักให้แก่เศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2556 นี้ ทีเลิ็บคาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมไมซ์ไทยจะสร้างรายได้เป็นมูลค่ากว่า 88,000 ล้านบาท

จากการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ขององค์กรไปสู่การเป็นผู้ขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน หรือที่เรียกว่า Growth Driver ทีเลิ็บได้ริเริ่มกลยุทธ์ใหม่ และกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการสร้างการรับรู้ต่อสาธารณชนตลอด 2 เดือนที่ผ่านมา ภายใต้ 5 บทบาทใหม่ ได้แก่ การเชื่อมต่องานมีกลยุทธ์เพื่อสร้างความแข็งแกร่ง การเป็นคู่คิดที่สร้างโอกาสการเติบโตของธุรกิจอย่างมีกลยุทธ์ การเป็นผู้นำความคิดเพื่อการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง การยกระดับศักยภาพคน และ สร้างมาตรฐานระดับสากล และท้ายสุดกับการสนับสนุนอย่างมีกลยุทธ์เพื่อให้เกิดการต่อยอด โดยวารสารทีเลิ็บฉบับนี้จะเป็นฉบับปฐมฤกษ์ที่ท่านผู้อ่านจะได้รับทราบบทบาทการทำงานทีเลิ็บในแต่ละมิติจากการนำเสนอเนื้อหาภายในเล่ม

กิจกรรมเด่น ๆ ในเล่มนี้ ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมโรดโชว์เป็นครั้งแรก ณ กรุงเทพมหานคร แห่งสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งถือเป็นเวทีสำคัญในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไมซ์และเปิดตลาดการค้าการลงทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ผ่านงานแสดงสินค้านานาชาติ การจับมือสื่อมวลชนชั้นนำและนำผู้ประกอบการไมซ์ไทยร่วมกิจกรรมไทยแลนด์ โรดโชว์ ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร และ เทรตโชว์ IMEX ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต สหพันธ์รัฐเยอรมนี เป็นการชูปบทบาทของทีเลิ็บในการเป็นเพื่อนคู่คิดอย่างมีกลยุทธ์

นอกจากนี้ทีเลิ็บยังเป็นผู้ร่วมคิดในการเล็งเห็นถึงความพร้อมของจังหวัดภูเก็ต ในการเป็นเมืองไมซ์แห่งอันดามันด้วยการจัดงานสัมมนาผู้ประกอบการและสื่อมวลชนในจังหวัดเป็นครั้งแรก ซึ่งได้รับผลตอบรับอย่างน่าพอใจ อีกความสำเร็จที่โดดเด่นก็คือ การดึงการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ เฮอริบาโลฟ เอเชีย แปซิฟิก เข้ามาจัดในประเทศไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ซึ่งนับเป็นการประชุมที่ใหญ่ที่สุดของไทยในปีนี้ โดยมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 23,000 คน จาก 12 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก และสร้างรายได้ให้ประเทศกว่า 1,800 ล้านบาท

ขณะเดียวกัน บทบาทการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในภาคอุตสาหกรรมไมซ์ก็มีความก้าวหน้าอย่างมาก และมีการริเริ่มโครงการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการของภาคเอกชน และความท้าทายในอนาคต

ภายใต้บทบาทใหม่ทั้ง 5 ด้านนี้ ทีเลิ็บเชื่อมั่นว่า จะนำพาประเทศไทยไปสู่เป้าหมายการเป็นประตูธุรกิจอาเซียน และเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของโลก

Dear readers,

I am very proud and honoured that the TCEB's Board of Directors has put their trust in me to take up the presidency effective from May 16, 2013. In addition to pushing ahead with the Master Plan for Thailand's MICE Industry Development 2012-2016, I also have a vision for driving the industry forwards through five major strategies and for improving the management system so it becomes more resilient and efficient. The policy aims to develop the MICE industry in both quantitative and qualitative terms while simultaneously in preparing for the ASEAN Economic Community in 2015.

My mission is to develop the MICE industry as a major source of income for the country. In 2013, the bureau estimates that this industry will generate revenue of more than Bt88 billion.

Following the rebranding of the organisation as a Growth Driver for sustainable MICE industry development, TCEB has launched a series of strategies and activities as well as public awareness campaigns over the past two months under five new roles: Building Strategic Alliance, Strategic Business Partner, Thought Leader of MICE, Knowledge Platform, and Solution Provider.

This is the first newsletter to provide readers with details of the TCEB's roles in all their dimensions.

Outstanding activities reported in this issue include the first road show in Yangon, Myanmar, which aimed to create a network of international MICE operators and open market opportunities for trade and investment in various industries through exhibitions.

TCEB partnered with leading global media and the private sector to organise a Thailand Road Show in London, United Kingdom and attended the IMEX trade show in Frankfurt, Germany to showcase the TCEB's role as Business Partner.

In addition, the bureau also acted as the Thought Leader of MICE in recognising the readiness of Phuket to become the "MICE City of the Andaman". The bureau recently held the first seminar for MICE operators and media in Phuket, an event that received a good response.

Another great success is that the bureau won a mega international meeting "Herbalife Asia Pacific 2013" for Thailand for the sixth year. The event is the biggest meeting in Thailand this year with more than 23,000 participants from 12 countries across Asia Pacific. The event is likely to generate revenue of more than Bt1.8 billion for the country.

Meanwhile, the MICE capabilities development on human resources also demonstrated significant progress, with continued initiatives in hand to prepare for the demands of the private sector and the future challenges.

Through its new 5 roles, the TCEB is confident that it will lead Thailand in achieving the goal of becoming a business gateway to ASEAN and a preferred destination for the global MICE industry.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President, Thailand Convention &
Exhibition Bureau (TCEB)

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม
และนิทรรศการ (องค์การมหาชน)



เปิดวิสัยทัศน์ "นพรัตน์" ผู้อำนวยการที่เลืบคนใหม่

หลังเข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา นายณพรัตน์ เมธาวิกุลชัย เผยวิสัยทัศน์นโยบายการบริหารงานองค์กร 5 นโยบายสำคัญเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตทัดเทียมกับการแข่งขันของนานาชาติประเทศ รวมถึงการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 โดยมีเป้าหมายทำให้รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในของธุรกิจที่สร้างรายได้หลักให้แก่เศรษฐกิจของประเทศไทย

นายณพรัตน์ เปิดเผยถึงวิสัยทัศน์ในการบริหารงานว่า จะเน้นการสานต่อตามแผนแม่บทของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ.2555-2559 แต่จะเน้นไปที่ 5 นโยบายสำคัญ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานของการบูรณาการงานไมซ์ทั้งระบบเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยนโยบายแรก จะเน้นการสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนเพื่อร่วมผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ซึ่งแนวคิด "Partner-Centric" เป็นสิ่งที่ ที่เลืบ ยึดถือมาตั้งแต่เริ่มดำเนินงาน

"ที่เลืบจะไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีคุณภาพสูงสุด หากไม่ได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนในการร่วมกันผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ดังนั้น ผมจึงมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม ในรูปแบบไทยทีม ร่วมดำเนินงาน ร่วมโปรโมทงาน โดยมีแผนงานที่จะจัดประชุมร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อระดมความคิดเห็นในการสร้างแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยจะร่วมกันจัดทำแผนการตลาด ประชาสัมพันธ์และพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรม"

การส่งเสริมภาพลักษณ์ของที่เลืบ เน้นสร้างการรับรู้องค์กรต่อสาธารณชน เป็นนโยบายที่สองที่ต้องเร่งดำเนินการ โดยจะเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อทำตลาดดิจิทัลไมซ์เป็นช่องทางสื่อสารหลักของกลุ่มเป้าหมายไมซ์ทั่วโลก และพัฒนาเนื้อหาให้มีความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา มีการอัปเดตข้อมูลสำคัญอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้ได้มากยิ่งขึ้น เพราะหากที่เลืบเป็นที่รับรู้ในหมู่ประชาชนมากขึ้น การประสานงานกับพันธมิตร หรือการได้รับความช่วยเหลือจากภาคส่วนอื่นๆ และประชาชนทั่วไป ก็จะมีความสะดวก รวดเร็ว สร้างความประทับใจแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก

นโยบายที่สามคือ การจัดงานระดับเมกะโปรเจกต์ (Mega Project) โดยผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ ต้องทำงานเป็นระบบ ทำให้จุดหมายปลายทางและสถานที่ท่องเที่ยวและการประชุมทั่วประเทศมีความปลอดภัย ความสะดวกสบาย อาหารการกินดี ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดงานเมกะโปรเจกต์เข้ามายังประเทศ นอกจากนี้ ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องเร่งรัดแผนงานพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเครือข่ายโทรคมนาคม อาทิ รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและระบบสื่อสารความเร็วสูงเพิ่มเติมให้เสร็จสมบูรณ์โดยเร็ว

“NOPPARAT” TCEB’S NEW PRESIDENT UNVEILS VISION

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, the new President of the Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB), who took up his position in the middle of May 2013, recently revealed his vision and management policy, outlining 5 core courses of action to strengthen the MICE industry's competitiveness in the international arena and prepare for the start of the ASEAN Economic Community in 2015. The bureau has set itself the goal of developing the MICE industry as a major source of income for the country.

Mr. Nopparat says that he will follow the MICE Industry Development Master Plan 2012-2016 and place emphasis on 5 major policies to serve as the foundation for integrated operating systems aimed at catalyzing industry growth. He will also focus from the start on a 'Partner-Centric' concept for TCEB.

"TCEB will not be able to optimize interest without support from the public and private sectors to drive industry development forwards. I am thus adopting a Thai Team approach to jointly win and promote events. I plan to organise a joint meeting between concerned public and private sector entities to brainstorm on ideas for further industry development. They will be convinced to jointly create plans for marketing, public relations and industry capability development," the President says.

The second urgent policy will be to promote the corporate image by enhancing public awareness. In this regard, the bureau will gear up to develop information technology to create digital marketing as a major communication tool to reach MICE targets worldwide.

พันธกิจในการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุกเป็นนโยบายลำดับสี่ ที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเข้มข้น โดยจะเน้น การสร้างช่องทางการตลาดใหม่ ขบวนการฐานข้อมูลเพื่อภารกิจ สร้างศูนย์บริการข้อมูลไมซ์ครบวงจร เป็นต้น ซึ่งก้าวต่อไป ที่เลิ็บ จะมุ่งเจาะตลาดผ่านการ ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทการบินไทย เพื่อร่วมจัดทำแผนส่งเสริมตลาดไมซ์ระดับนานาชาติร่วมกัน เช่นโครงการที่กำลังดำเนินอยู่ คือ "OptiMICE Pass Package" ที่ที่เลิ็บ ร่วมทำกับบริษัทการบินไทย เพื่อเจาะตลาดไมซ์ในสิงคโปร์ เป็นต้น

ด้วยปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจ ที่เลิ็บ จึงได้บรรจุแผนการพัฒนาศูนย์ข้อมูล MICE Intelligence Centre เป็นนโยบายที่ห้า โดยที่เลิ็บ ต้องหาจุดยืนและพัฒนางานบริการที่สามารถเป็นหลักให้กับทุกภาคส่วนได้ ด้วยการสานต่อและพัฒนาระบบงานเพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นศูนย์ข้อมูลสร้างประโยชน์ให้แก่ภาคเอกชนและอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

นอกเหนือจาก 5 นโยบายหลักดังกล่าวแล้ว ที่เลิ็บจะต้องพัฒนาระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยปรับขั้นตอนการดำเนินงานให้มีการกระจายอำนาจและมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น โดยเชื่อมั่นว่าประเทศไทยมีศักยภาพทั้งในเรื่องทำเล และจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานเชิงธุรกิจ เป็นต้นทุนที่ดีอยู่แล้ว หากมีการบริหารจัดการที่ดีก็จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ได้มากยิ่งขึ้น

"ที่เลิ็บมีเป้าหมายหลักในการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาล โดยตั้งเป้าหมายให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในธุรกิจที่สร้างรายได้หลักของประเทศ โดยที่เลิ็บคาดการณ์ว่า ในปี 2556 อุตสาหกรรมไมซ์ไทยจะมีมูลค่ากว่า 88,000 ล้านบาท และมียอดจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ทั้งสิ้น 940,000 คน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการสร้างรายได้เข้าประเทศเท่านั้น แต่ที่เลิ็บจะต้องให้ความสำคัญทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพของสถานที่และบริการ รวมถึงการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย" นายนพรัตน์กล่าวสรุป

ทั้งนี้นายนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย เข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการ ที่เลิ็บ ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ครั้งที่ 3/2556 วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2556 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2556 เป็นต้นไป โดยก่อนหน้านี้ นายนพรัตน์ เข้าร่วมงานที่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2555 และดำรงตำแหน่งสุดท้ายในการทำงานในฐานะผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

The bureau will provide interesting content and vital up-to-date information, which will play an important role in enhancing public awareness. If the TCEB gains greater public interest, coordination with strategic partners will also benefit, with assistance from all parties becoming faster and more convenient. This will in turn provide greater satisfaction to MICE travelers from all over the world.

The third policy focuses on winning the mega projects for Thailand. Both MICE operators and government agencies will be required to operate systematically, ensuring the destinations and tourist attractions are safe and convenient and offer excellent food. These are crucial elements in winning mega projects for the country. In addition, all parties must help accelerate the infrastructure development plan including the telecommunication network, mass transit routes and high-speed communication system.

Aggressive marketing strategy is the fourth agenda item and this involves a continuation of the current mission. The bureau aims to create new marketing channels, integrate its database and develop a one-stop MICE information centre. As the next step, the TCEB will aim to penetrate the markets through public and private cooperation calling on, among others, the Ministry of Tourism and Sports, Ministry of Foreign Affairs, Tourism Authority of Thailand, and Thai Airways International to jointly develop a MICE marketing promotion plan. An example is the ongoing OptiMICE Pass Package, which was created by TCEB and THAI Airways International, Singapore Office to penetrate the MICE market in Singapore.

With the information era regarded as an important factor in business development and promotion, TCEB will incorporate the MICE Intelligence Centre as its fifth policy. The bureau has to look for standpoints and develop services to suit all parties. The bureau will thus carry on with the development of a database system that can make a difference and offer optimum benefits to the private sector and Thailand's MICE industry as a whole.

In addition to these five policies, the TCEB also needs to develop a management system for greater efficiency. Operating processes must be more equitably distributed to make them more flexible. In addition to increasing confidence in locations and making Thailand the preferred destination for business events, the better management system will help create additional value for the MICE industry.

"The TCEB's goal is to operate in line with the government's policy to strengthen the MICE industry and make it a major contributor to the economy. In 2013, the bureau estimates that the MICE industry will generate revenue of more than Bt88 billion and attract 940,000 MICE travelers to Thailand. However, MICE industry development will not only focus on revenue, but the bureau will also place importance on both the quantity and quality of venues and services as well as natural resources and environmental conservation," Mr. Nopparat concludes.

Mr. Nopparat's appointment was ratified at TCEB's board meeting on March 20, 2013 and became effective on May 16, 2013. Prior to joining TCEB, he worked for TOT Plc (formerly the Telephone Organisation of Thailand) from 1983 to 2012. He most recently held the position of executive vice-president of TOT Plc.

สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไมซ์นานาชาติ โรดโชว์เมียนมาร์ หนุนตลาดแสดงสินค้าไทย

หลังจากไทยและเมียนมาร์ได้ตกลงความร่วมมือในกรอบคณะกรรมการร่วมทางการค้าไทย-เมียนมาร์ (Joint Trade Commission - JTC) ในปีที่ผ่านมา ที่ได้สานต่อความสัมพันธ์และความร่วมมือทางการค้าระหว่างกัน โดยร่วมกับสหภาพการค้าและอุตสาหกรรมแห่งสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (UMFCC) จัดโรดโชว์ขึ้น ณ กรุงย่างกุ้ง สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์เป็นครั้งแรกเมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา เพื่อเป็นการเปิดตลาดและส่งเสริมการค้าการลงทุนในแต่ละอุตสาหกรรมผ่านงานแสดงสินค้านานาชาติ

การจัดกิจกรรมโรดโชว์ในครั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนจากสถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงย่างกุ้ง กรมการค้าระหว่างประเทศ และสมาพันธ์การท่องเที่ยวเมียนมาร์ซึ่งถือเป็นเวทีสำคัญในการแสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย จะช่วยต่อยอดความสำเร็จให้แก่ธุรกิจชาวเมียนมาร์ และเปิดประตูสู่โอกาสทางธุรกิจในระดับภูมิภาค อีกทั้งยังได้ร่วมจับคู่ทางธุรกิจ รวมถึงหารือร่วมกับสมาคม และสมาพันธ์การค้าของเมียนมาร์ ตลอดจนผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติในไทย

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ที่เลิบทกล่าวว่า ที่เลิบท มุ่งมั่นในการเป็นหัวหอกสำคัญในการสนับสนุนการเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างเมียนมาร์และประเทศไทย เป็นการเปิดตลาดและส่งเสริมการค้าการลงทุนของแต่ละอุตสาหกรรมด้วยการใช้งานแสดงสินค้าเป็นเครื่องมือ เป็นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับผู้จัดงานที่ใช้ประเทศไทยเป็นเวที และเชื่อมโยงกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับองค์กรต่อองค์กร หรือรัฐบาลต่อรัฐบาล ซึ่งอยู่ในช่วงที่เหมาะสมที่สุด เนื่องจากเมียนมาร์กำลังพัฒนาประเทศในหลากหลายมิติ

อุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในภูมิภาคอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 70 ในด้านพื้นที่การจัดแสดงสินค้าโดยรวม พร้อมกันนี้ ผู้แสดงสินค้าและผู้ร่วมเข้าชมนงานในระดับท็อป 10 ล้วนมาจากประเทศในกลุ่มอาเซียน ดังนั้น ประเทศไทยจึงเป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนธุรกิจของภูมิภาค ทั้งในด้านจำนวนงานแสดงสินค้านานาชาติ ขนาดพื้นที่แสดงงานโดยรวมต่อปี ขนาดพื้นที่แสดงงานโดยเฉลี่ย และรายได้จากงานแสดงสินค้าต่อปี

ไม่เพียงแต่การสร้างเครือข่ายธุรกิจกับประเทศไทย เมียนมายังสามารถเปิดประตูสู่กลุ่มประเทศอาเซียน เอเชีย และระดับโลก เพื่อเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ



องค์ความรู้ และโอกาสด้านการค้า ผ่านอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทยอีกด้วย

ในปี 2555 ประเทศไทยเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญระดับท็อป 3 ของเมียนมาร์ โดยข้อมูลสถิติจากกรมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ รายงานมูลค่าการค้าระหว่างสองประเทศอยู่ที่ 7,287 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 211,345.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 9.85 ด้านข้อมูลการค้าในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2555 นั้นมูลค่าการค้าระหว่าง 2 ประเทศสูงถึง 1,326 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 38,477.83 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 64.88 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555

ด้าน มร. อู วิน ย่อง ประธานสภาหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (UMFCCI) กล่าวว่า ในขณะที่อาเซียนกำลังเตรียมพร้อมสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปีพ.ศ. 2558 การจัดกิจกรรมโรดโชว์ในครั้งนี้เป็นนิมิตรหมายอันดีต่อความร่วมมือทางการค้า รวมถึงอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติระหว่างเมียนมาร์และประเทศไทย นอกจากนี้ การสนับสนุนของทีเส็บจะเป็นสะพานเชื่อมต่อเครือข่ายนักธุรกิจเมียนมาร์และสมาชิกของ UMFCCI ในการเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจในระดับภูมิภาค รวมถึงสามารถขยายเครือข่ายและรับฟังข้อมูลของผู้จัดงานแสดงสินค้าผ่านกิจกรรมการจับคู่ทางธุรกิจอีกด้วย

ทั้งนี้ 5 อุตสาหกรรมหลักที่กำลังเป็นที่ต้องการของภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ อุตสาหกรรมคมนาคมและการขนส่ง อุตสาหกรรมเทคโนโลยีและการสื่อสาร อุตสาหกรรมพลังงาน อุตสาหกรรมการศึกษาและวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ โดยประเทศไทยเป็นฐานการผลิตของ 8 อุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์และเครื่องจักร อุตสาหกรรมอาหารและการเกษตร อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ อุตสาหกรรมการแพทย์ อุตสาหกรรมจีวเวลรี่ อุตสาหกรรมผ้าและสิ่งทอ อุตสาหกรรมพลังงาน และอุตสาหกรรมก่อสร้างและสถาปัตยกรรม

ประเทศไทยมีการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติมากมายของภูมิภาคอาเซียนที่ตอบสนองโดยตรงต่ออุตสาหกรรมประเทศเมียนมาร์ที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและการเกษตร อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ อุตสาหกรรมการแพทย์ และอุตสาหกรรมเครื่องจักร โดยงานแสดงสินค้าใน 4 อุตสาหกรรมหลักนี้จะช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างสองประเทศ และเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในอนาคต

งานแสดงสินค้านานาชาติของไทยที่พร้อมเปิดประตูสู่โอกาสทางธุรกิจแก่ประเทศเมียนมาร์ อาทิเช่น งาน Metalex และ Intermach สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องจักร งาน Food & Hotel Thailand, ISRMAS Asia และ Horti Asia สำหรับอุตสาหกรรมอาหารและการเกษตร Thailand Travel & Dive Expo, Pool & Spa Tech Asia, ASEAN (Bangkok) China Commodity Fair, TFBO & TRAFS สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ และงาน Thailand Lab, Medical Fair Thailand, Elderly Care

พร้อมกันนี้ ทีเส็บ ยังได้นำเสนอสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ สำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ อาทิสมาคมการค้า สมาพันธ์ธุรกิจ และหอการค้าเมียนมาร์ เช่น 100-A-HEAD เงินสนับสนุนคณะผู้ชมงานคุณภาพที่มาเป็นกลุ่ม ซึ่งต้องมีระยะเวลาพำนักในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 3 คืน และมีจำนวนผู้เข้าชมงานในแต่ละกลุ่มไม่ต่ำกว่า 15 คน โดยจะมอบเงินสนับสนุนจำนวน 100 เหรียญสหรัฐต่อคน ส่วน Be My Guest เป็นโครงการพิเศษที่มอบสิทธิประโยชน์ด้านที่พักฟรีผ่านผู้จัดงานแสดงสินค้าให้แก่ผู้ซื้อจากทั่วทุกมุมโลก

ในปี 2556 ทีเส็บ คาดว่า อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยจะสามารถดึงดูดนักเดินทางกลุ่มไมซ์ได้ถึง 172,600 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ของจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งหมด ทั้งนี้ ทีเส็บตั้งเป้าอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของไทยจะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 30 ภายในปี 2558 ด้วยจำนวนผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าประมาณ 545,000 คน คิดเป็นรายได้มูลค่าสูงถึง 1.55 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 46,500 ล้านบาท

CREATING A NETWORK OF INTERNATIONAL MICE OPERATORS FIRST MYANMAR ROAD SHOW TO BOOST THAILAND EXHIBITIONS

Following on from the collaboration agreement between Thailand and Myanmar under the framework of the Joint Trade Commission last year, TCEB has enhanced relationships and trade ties between the two countries by teaming up with Union of Myanmar Federation of Chambers of Commerce and Industry (UMFCCI) to organise the first ever road show in Yangon. Held in May 2013, the road show aimed to open market opportunities and promote trade and investment through exhibitions.

The event was supported by the Royal Thai Embassy in Myanmar, the Department of International Trade Promotion (DITP) and Myanmar Tourism Federation. It was regarded as an important platform to demonstrate that Thailand's exhibition industry will help extend its success to Myanmar businessmen and also open up business opportunities in the region. Participants were given the chance to join business matching sessions and discuss the opportunities for business between Myanmar associations and federations and the leading local and international trade show organisers in Thailand.

Mrs. Supawan Teerarat, Vice President – Strategic and Business Development of TCEB said, "We aim to support business connections between Myanmar and Thailand. The exhibitions will become a tool to broaden the markets and promote trade and investment in each industry." TCEB will also help build business networks with corporate entities organising events in Thailand, while the exhibitions will serve as a cooperative bridge at the business-to-business and government-to-government levels. With Myanmar continuing to develop in several dimensions, the business environment is now ripe, she added.

Thailand's exhibition industry enjoys the highest growth in the ASEAN region with a 70-per-cent share of the exhibition total. Also of note is that the top 10 visitors come from ASEAN countries. Thailand is thus clearly a centre for driving the region's business growth in terms of the number of exhibitions, the total space of exhibitions held each year, average size per trade fair and annual revenue.

Myanmar will not only be able to create a business network with Thailand, but also open its markets to ASEAN, Asia and the world, accessing new technologies, knowledge and trade opportunities through the international exhibitions in Thailand.

In 2012, Thailand ranked among Myanmar's top three trade partners. According to the DITP, Ministry of Commerce, the value of bilateral trade was US\$7.28 billion or about Bt211.34 billion, up 9.85 per cent from the previous year. In the first two months of 2013, the value of bilateral trade was measured at US\$1.32 billion or about Bt38.47 billion, an increase of 64.88 per cent over the same period last year.

Mr. U Win Aung, President of UMFCCI, said that with ASEAN member countries preparing for the launch of the ASEAN Economic Community in 2015, this road show demonstrated the opportunities for the bilateral trade and exhibition industry in Thailand and Myanmar. In addition, TCEB's support would serve as a bridge to connect Myanmar businessmen and UMFCCI members with business opportunities in the region and expand Myanmar's business network. The event also enabled Myanmar participants to obtain information about exhibition organisations via the business matching sessions.

At present, five major industries are in demand in the ASEAN region: transport and logistics, technology and communications, energy, education and culture, and tourism and services. Thailand is a production base for 8 major industries: automobile and machinery, food & agriculture, tourism & services, medical, jewellery, garment & textile, energy, and construction & architecture.

Thailand is also home to a wide range of international trade shows, some of which are the flagship shows for ASEAN as a whole. These trade shows, which include food & agriculture, tourism & services, medical, and machinery, respond directly to Myanmar's growing industries. These four major industries will help create new business opportunities and increase the value of Thailand-Myanmar bilateral trade with benefits for both sides.

Exhibitions in Thailand that provide business opportunities for Myanmar include Metalex and Intermatch, Food & Hotel Thailand, ISRMAS Asia, Horti Asia, Thailand Travel & Dive Expo, Pool & Spa Tech Asia, ASEAN (Bangkok) China Commodity Fair, TFBO & TRAFS, Thailand Lab, Medical Fair Thailand and Elderly Care.

During the event, the bureau introduced privileges for Myanmar MICE travellers from trade associations and federations as well as the Myanmar Chamber of Commerce. The bureau offered its "100 A-HEAD" campaign for groups of qualified visitors with a minimum stay of 3 days and at least 15 persons, with TCEB supporting each visitor by US\$100. Another privilege, "Be My Guest", offers free accommodation to key buyers from around the world via organisers.

In 2013, the bureau estimates that the exhibition industry will attract up to 172,600 visitors, accounting for 18 per cent of total MICE travellers. The bureau expects a 30 per cent growth in the exhibition industry in 2015 with about 545,000 visitors and US\$1.55 billion in revenue or about Bt46.5 billion.

ที่เสียบจับมือภาคเอกชนและสื่อชั้นนำ เปิดประเทศไทยจุดหมายไมซ์ ลูกค่ายุโรป

ที่

เสียบจัดกิจกรรมไทยแลนด์โรดโชว์ ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร และเข้าร่วมงานเทรดโชว์ IMEX ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต สหพันธ์รัฐเยอรมนี เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา พร้อมเปิดตัวกลยุทธ์ใหม่ “Thailand: Connecting Opportunities for Business Events in Asia” เพื่อดึงดูดผู้ซื้อที่มีศักยภาพจากสองประเทศชั้นนำ

ในการจัดงานไทยแลนด์โรดโชว์ที่ลอนดอนครั้งนี้ ที่เสียบร่วมมือกับสื่อทางธุรกิจชั้นนำของโลก The Economist ในการจัดฟอรัมพบปะกลุ่มผู้ประกอบการไมซ์กว่า 50 ราย เพื่อถ่ายทอดภาพประเทศไทยในฐานะประตูสู่ตลาดอาเซียน และเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทยเป็นอย่างดี

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ที่เสียบ กล่าวในงานไทยแลนด์โรดโชว์ว่า ยุโรปถือเป็นตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยในปี 2555 นักเดินทางไมซ์จากยุโรปเดินทางมายังประเทศไทยเป็นจำนวนกว่า 77,308 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากประเทศอังกฤษ เยอรมนี ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และ สเปน ในปีนี้ ตลาดไมซ์จากยุโรปคาดว่าจะมีสัดส่วนเกือบร้อยละ 11 ของตลาดไมซ์ทั้งหมดของประเทศไทย คิดเป็นมูลค่าถึง 7 พันล้านบาท

ทั้งนี้ อังกฤษไม่เพียงแต่เป็นพันธมิตรหลักทางธุรกิจกับประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งการลงทุนหลักด้วย ซึ่งมีบริษัทจากอังกฤษจำนวนมากเข้ามาลงทุนในประเทศไทย ในขณะที่เดียวกันก็มีจำนวนบริษัทไทยเข้าไปลงทุนในประเทศอังกฤษเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยมูลค่าการค้าระหว่างไทยและอังกฤษในปี 2555 มีมูลค่า 3.6 พันล้านปอนด์ (ประมาณ 196.9 พันล้านบาท)

นอกเหนือไปจากความร่วมมือกับสื่อชั้นนำเพื่อเปิดตัวกลยุทธ์ใหม่เป็นครั้งแรกในกิจกรรมโรดโชว์ ณ กรุงลอนดอนแล้ว ที่เสียบยังนำทีมผู้ประกอบการไมซ์ไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำหรับธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ใหญ่ที่สุดสำหรับทวีปยุโรป หรือ IMEX ซึ่งจัดขึ้น ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต สหพันธ์รัฐเยอรมนี ระหว่างวันที่ 21-23 พฤษภาคม 2556 พร้อมกับนำเสนอ กลยุทธ์ใหม่ภายในงาน

ในการเดินสายเพื่อเข้าร่วมงาน ไทยแลนด์ โรดโชว์ และ งานเทรดโชว์ครั้งนี้ ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ ยังได้เห็นภาพประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของการดำเนินธุรกิจไมซ์ใน 5 มุมมอง ประกอบด้วย

1 ท่าเลที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์สู่ตลาดไมซ์เอเชีย

ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมต่อไปสู่อาเซียนซึ่งกลายเป็นตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพทางธุรกิจอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 หรือ เออีซี จะนำไปสู่มิติใหม่ของอาเซียนเมื่อสมาชิก 10 ประเทศรวมกันเป็นตลาดเดียว และส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ แรงงานฝีมือ และการลงทุนในอาเซียน

เป็นไปอย่างเสรี ทั้งนี้ ที่เลื้บคาดว่า เออีซีจะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการค้าทั่วทุกภาคธุรกิจของอาเซียน

นอกจากเป็นสมาชิกอาเซียนที่มีประชากรรวมกันถึง 600 ล้านคน แล้วนั้น ประเทศไทยยังพื้นฐานทางการค้ากับตลาดที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้แก่ อินเดีย จีน และออสเตรเลีย ซึ่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมกับประเทศเหล่านี้เป็นอย่างดี

2 นโยบายการค้าเสรี

ประเทศไทยบรรลุข้อตกลงการค้าเสรีกับ 11 ประเทศคู่ค้าทั้งในเอเชียและประเทศอื่นๆ ทั่วโลก ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการเติบโตของประเทศไทยในฐานะเป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วในระบบเศรษฐกิจโลก ซึ่งเป็นที่ดึงดูดนักลงทุนต่างชาติอย่างมาก

3 อุตสาหกรรมระดับโลกและการยอมรับจากตลาด

ปีที่แล้ว ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางพาราและมันสำปะหลังรายใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นหนึ่งใน 10 ผู้ผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์ของโลก นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองในกลุ่มอาเซียน โดยมีอุตสาหกรรมส่งออกหลัก อาทิ ชิ้นส่วนยานยนต์ และอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ คอมพิวเตอร์ น้ำมันสำเร็จรูป ยางพารา และพลาสติก

4 ศูนย์กลางการจัดงานธุรกิจระดับโลก

ปีนี้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานใหญ่ๆ หลายงาน เช่น การประชุมสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 20,000 คน การประชุมเออีซีบาโลฟ เออีซีทัวร์กันซ่า จำนวน 23,000 คน การประชุมโปรเฮลท์ ไซน่า จำนวน 10,000 คน และการประชุมแสดงฝีมือโลก จำนวน 10,000 คน ซึ่งงานเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงขีดความสามารถของประเทศไทยในการจัดงานเมกะอีเวนต์ระดับโลก

5 ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อความสำเร็จในการจัดกิจกรรมธุรกิจ

ที่เลื้บให้บริการด้านต่างๆ เช่น การประมูลงาน การสนับสนุนด้านการตลาด จัดเวทีจับคู่ทางธุรกิจ การเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการให้คำปรึกษาและวางแผนการจัดงาน ที่เลื้บจะช่วยให้การจัดงานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นด้วยหลากหลายกิจกรรม เช่น การแสดงทางวัฒนธรรม กิจกรรมเสริมสร้างองค์กร รวมไปถึงแพ็คเกจสำหรับการประชุม เช่น กรีนมีตติ้งส์ กอล์ฟ สปา กิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคม และอื่นๆ

สำหรับออร์กาไนเซอร์ที่เลื้บสามารถสนับสนุนแพ็คเกจในการสำรวจพื้นที่จัดงาน พัฒนาโปรแกรมต่างๆ จัดแฟมทริป และการส่งเสริมการขายที่ตรงกลุ่มเป้าหมายของผู้จัดงาน นอกจากนี้ ที่เลื้บยังให้บริการฐานข้อมูลอย่างกว้างขวาง ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการห้องสมุดออนไลน์ และรายงานความเคลื่อนไหวของตลาด รวมทั้งการจัดเตรียมช่องทางด่วนสำหรับพิธีทางศุลกากร ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิก็เพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้แก่ผู้จัดงาน

ในปี 2556 ที่เลื้บคาดหวังที่จะรักษาสถานะไมซ์ยุโรปโดยมีจำนวนนักเดินทางไมซ์มายังประเทศไทยเป็นจำนวนประมาณ 80,000 คน ซึ่งเป็นนักเดินทางไมซ์จากอังกฤษราว 8,000 คน

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการไมซ์ไทยที่เข้าร่วมงาน IMEX



Mr. Ferry Tjahjono

ผู้อำนวยการฝ่ายขาย โรงแรมเชนการาแกรนด์ แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์, เซ็นทรัล เวิลด์

"ตลาดยุโรปเป็นตลาดองค์กรไมซ์ที่มีความสำคัญ และงานแสดงสินค้าสำหรับธุรกิจการจัดประชุมเพื่อเป็นรางวัล (IMEX) ที่แฟรงก์เฟิร์ตก็เป็นงานเทรดโชว์หลักที่เชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างผู้เชี่ยวชาญของสมาคมต่างๆ ซึ่งปีนี้ เราได้เสนอมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าที่สนใจมาจัดงานในประเทศไทย โดยเสนอให้ห้องพักฟรีถึง 10 คืน และเลี้ยงต้อนรับสำหรับกลุ่มการประชุมตั้งแต่ 500 ท่านขึ้นไป และจองห้องพักตั้งแต่ 150 ห้อง นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมยังจะได้รับบัตรสมาชิก 100 วัน การ์ด และได้รับคะแนนสะสมเพื่อแลกห้องฟรี และส่วนลดในการซื้อสินค้าที่ศูนย์การค้าไมโครเซ็นทรัลทั่วประเทศจากการเข้าร่วมงานอีเอ็มเอ็กซ์ครั้งนี้ เราได้รับการพิจารณาจากบริษัท WorldTEK Event and Travel Management Co., Ltd. ให้จัดงานประชุมนานาชาติ ซึ่งจะจัดขึ้นในเดือนพฤษภาคม 2557 และคาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 800 คน ทั้งนี้ กรุงเทพฯ จะต้องประมูลแข่งกับอิสตันบูล ประเทศตุรกี และ ฮานอย ประเทศเวียดนาม

กลุ่มประชุมองค์กรที่น่าสนใจอีกงาน คือ การประชุมนานาชาติของสมาคมยุโรป Food Science and Engineering: ISEKI จัดขึ้นในปี 2558 ซึ่งถ้าเราชนะการประมูล ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพการประชุม 500-600 คน ที่ล้วนเป็นนักวิทยาศาสตร์ระดับหัวกะทิ

เราจะร่วมมือกับ ทีเลื้บ มากขึ้นอย่างแน่นอนเพื่อขยายธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย ทั้งกรุงเทพฯ เชียงใหม่ สมุย ภูเก็ต และพัทยา ซึ่งเรามีโรงแรมที่ได้มาตรฐานระดับโลกและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดงานไมซ์ในจังหวัดเหล่านี้ และเรารู้สึกยินดีที่ได้ร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการตลาดระยะยาวเพื่อสนับสนุนเมืองแห่งไมซ์ร่วมกันในเวทีนานาชาติ"



Mr. Volkert Geertsen

ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาด โรงแรมอนันตรา กรุงเทพ ริเวอร์ไซด์ รีสอร์ทแอนด์สปา

"IMEX นับเป็นงานแสดงสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสร้างโอกาสให้กับประเทศไทยอย่างมาก ปีนี้โรงแรมมีจำนวนนัดหมายเราธุรกิจเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วถึงร้อยละ 600 โดยกลยุทธ์หลักที่นำเสนอโรงแรมและรีสอร์ทในงานนี้คือ ประสบการณ์ความเป็นไทย ไม่ว่าจะเป็นเอกลักษณ์ไทยในกรุงเทพฯ ภูเก็ต และเชียงใหม่ ต่างได้รับความสนใจจากอย่างมากจากผู้ร่วมงาน

แม้ว่าสิงคโปร์จะยังคงเป็นตลาดหลักของอินโดนีเซียในประเทศไทย แต่จากการตอบรับในเชิงบวกและจำนวนการนัดหมายจากจีน บ่งบอกถึงศักยภาพของกลุ่มลูกค้าจีนที่มีอำนาจซื้อสูง กระนั้นก็ตามตลาดยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฝรั่งเศส และอิตาลี ก็มีความสนใจเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ในขณะที่อเมริกา และแคนาดา มีแนวโน้มที่ดีในอนาคต ซึ่งกลุ่มการประชุมจากประเทศเหล่านี้จะมีจำนวนประมาณ 40-200 คนในแต่ละการประชุม

เรารู้สึกยินดีที่ทีเลื้บให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ของโลก ซึ่งเราต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเทรดโชว์และเทรดโชว์กับทีเลื้บต่อไปในอนาคต"



TCEB PARTNERS WITH PRIVATE SECTOR AND LEADING GLOBAL MEDIA **SHOWING THAILAND AS A DESTINATION FOR EUROPEAN MICE**

In May 2013, TCEB organised a Thailand road show in London, United Kingdom and also participated in the IMEX trade show in Frankfurt, Germany. The bureau also launched "Thailand: Connecting Opportunities for Business Events in Asia", a campaign that showcases the country's new and unique attributes and aims to attract potential MICE buyers from the two countries.

In organising the London road show this year, TCEB partnered with The Economist magazine in holding a forum for over 50 UK MICE professionals that showcased Thailand as a gateway to the Asean market. Through this new destination image, Thailand has positioned itself as a new horizon for the industry and as the motor driving Asia's momentum for global business success.

Speaking at the road show, Mrs. Supawan Teerarat, TCEB's Vice President – Strategic and Business Development, noted that Europe is a major source for Thailand's MICE industry. In 2012, more than 77,308 European MICE delegates visited Thailand, with UK, Germany, France, the Netherlands and Spain ranking the highest in terms of visitor numbers. The EU is expected to account for almost 11 per cent of Thailand's total MICE market in 2013, bringing in Bt7 billion in revenue.

The UK is not only a key business partner but also a major source of investment in Thailand. Many companies have invested in the country and a growing number of Thai companies are

heading to the United Kingdom. In 2012, the value of bilateral trade stood at 3.6 billion pounds (approx Bt196.9 billion).

In addition to partnering with leading global media to launch the new strategy at the London road show, the bureau led Thai MICE operators in participating in Europe's largest exhibition for incentive travel, meetings and events, IMEX 2013 in Frankfurt, Germany between May 21 and 23, 2013. Through both activities, MICE travellers at the London road show and IMEX trade show were given the opportunity to enhance their prospects in Thailand's business events through 5 dimensions:

1) Strategic Location for Asian MICE Market - Thailand is a natural springboard to Southeast Asia, where newly emerging markets offer unprecedented business potential. The formation of the AEC in 2015 will take this positioning to a whole new dimension, when the 10 member states of ASEAN will become a single market with free flow of goods, services, skilled labour and investment. This, of course, carries tremendous implications, and overall TCEB expects a major boost to regional trade across all economic sectors.

Apart from the 10 ASEAN countries and their 600 million people, Thailand is also a perfect base to trade with the fast-growing markets of India, China and Australia, with which Thailand enjoys strong cultural and economic ties.

2) Free Trade Agreement Policy - Thailand has reached 11 bilateral free trade agreements with countries both in Asia and around the world. This helps explain why Thailand is emerging as a trade hub in one of the fast-growing parts of the global economy, attracting unprecedented levels of foreign investment.

3) World Class Industries and Market Recognition - Last year Thailand was ranked as the world's largest producer of natural rubber and cassava, and one of the top 10 global manufacturers of vehicles and parts. In addition, Thailand is ASEAN's second largest economy with key exports that include vehicle parts and accessories, computers, refined fuel, rubber and plastics.

4) Home to World Business Events – Assuring Thailand's positioning as a home to world's business events, in 2013 the country has hosted and is hosting a series of mega events, including the ITU Telecom World 2013 with approximately 20,000 delegates, Herbalife Extravaganza with 23,000 attendees, ProHealth China Convention with 10,000 participants, and the World Stamp Thailand with an expected 10,000 visitors. All these events demonstrate Thailand's ability to deliver world-class, mega-size event outcomes.

5) Government Collaborations and Support for Business Event Success - TCEB provides services such as bidding and marketing support, B2B business matching platforms, government and private sector connectors, and event planning and consultancy.

TCEB can also help corporate customers enrich their events with cultural performances, team building activities, as well as specialist themed meeting packages such as green meetings, golf, spa, CSR, and more.

For event organisers, TCEB can help organise site inspection packages and develop promotional packages, fam trips and promotional materials to directly target markets.

Moreover, TCEB provides extensive databases, business events intelligence, online library and market reports. Fast track clearance for delegates at Suvarnabhumi Airport ensures convenience for organisers.

In 2013, the bureau expects to maintain the European market with approximately 80,000 MICE visitors, around 8,000 of them from the UK.

Opinions of Thai MICE operators who joined IMEX

Mr. Ferry Tjahjono

Director of Sales, Centara Grand & Bangkok Convention Centre at Central World

"Europe represents a vital MICE market in the Association sector and IMEX is a key tradeshow for networking and face-to-face meetings with Association professionals. This year, we are offering value added to buyers interested in bringing events to Thailand. The promotional campaign includes up to 10 complimentary room nights during preliminary visits, complimentary welcome reception for events with 500 delegates or a minimum of 150 rooms and last but not least, a chance to become the One card member and earn points for free stays or discounts when shopping at Central Retail Corporation anywhere in Thailand.

"From IMEX 2013, we are now being considered as the host for an international convention conducted by the WorldTEK Event and Travel Management Co. Ltd. The event is scheduled to be held in May 2014 and is expected to welcome 800 delegates. At this point Bangkok is bidding with Istanbul (Turkey) and Hanoi (Vietnam). Another interesting group is the international convention of the European Association for Integrating Food Science and Engineering: ISEKI. The event will be held in 2015. If we win the bid, Thailand will host 500-600 delegates, the crème-de-la-crème of the science world.

"We will definitely collaborate more with TCEB to expand the MICE business in Thailand and particularly in Bangkok, Chiang Mai, Samui, Phuket and Pattaya, as we have international standard hotels and MICE facilities in those cities. We are pleased to join with TCEB in creating a long-term promotional campaign in order to bilaterally promote the MICE Cities of Thailand on the international arena."

Mr. Volkert Geertsens

Director of Sales & Marketing, Anantara Bangkok Riverside

"It was a very productive show for us. IMEX 2013 revealed some very encouraging opportunities for Thailand. Our pre-scheduled appointments saw an increase of 600 per cent compared to last year. This year, Anantara's key strategic approach is to promote our resorts and hotels through authentic Thai experiences. Each individual Anantara Hotel has its own unique programme encompassing local experiences relevant to each property. These go from the Streetwise and Klong Gurus in Bangkok to the Salt Gurus in Phuket and our very own Elephant Camp in Chiang Rai and have all been very well-received by IMEX delegates.

"Although Singapore remains a major source market for Anantara, Thailand, the positive response and number of confirmed appointments we have received from China reinforces the existing potential of China for small to medium high-end luxury groups. Furthermore, the re-emerging interest from Europe, predominantly France and Italy, as well as the USA and Canada is an encouraging indicator for future years. Groups from these countries range from 40-200 delegates.

"We are pleased with the continuous support from TCEB to promote Thailand as a globally preferred MICE destination and we look forward to joining the various roadshows and tradeshows in the future."

มิติใหม่เมืองโมซันดามัน

ที่เสียบทบาทผู้สร้างโมซันดีในประเทศไทย ต่อพัฒนาภูเก็ตสู่เมืองแห่งการประชุมและแสดงสินค้า ริเริ่มโครงการสัมมนา “เปิดประสบการณ์โมซัน พัฒนาภูเก็ตสู่โมซันได้อย่างยั่งยืน” ครั้งแรกร่วมกับจังหวัด ติงภาครัฐ เอกชน ร่วมรับยุทธศาสตร์พัฒนากลุ่มจังหวัดในอันดามันคลัสเตอร์สู่การเป็นศูนย์กลางการประชุมและ

สัมมนาของกลุ่มภาคใต้ พร้อมเปิดกลยุทธ์ใหม่ “ฟิสอนน้อง” ดึงสื่อมวลชนส่วนกลาง ถ่ายทอดบทบาทความสำคัญของภาคสื่อแก่สื่อมวลชนท้องถิ่น เล็งผลสร้างการรับรู้แก่สาธารณชน ส่งเสริมการเติบโตของโมซันได้อย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม

นายไมตรี อินทุสุต ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต เปิดเผยว่า จังหวัดภูเก็ตเห็นความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวให้แก่ภูเก็ต และบูรณาการร่วมกับจังหวัดในเขตชายฝั่งอันดามัน จึงได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเมืองในระยะ 4 ปี ให้เป็น “มหัศจรรย์เสน่ห์อันดามัน เมืองท่องเที่ยวระดับโลก เป้าหมายของนักท่องเที่ยวทั่วโลก” หรือ Charming Andaman โดยเน้นยุทธศาสตร์ 4 M ได้แก่ MICE การส่งเสริมการจัดประชุม นิทรรศการและการแสดงสินค้าโดยพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้รองรับธุรกิจไม่ซ้ำอย่างมีเอกลักษณ์และคุณภาพ Marine การส่งเสริมธุรกิจทางทะเลครบวงจรทั้งเพื่อการดำ การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมไมซ์ Manpower การพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและการท่องเที่ยว และ Medical Hub การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพจากแผนยุทธศาสตร์ 4 M ดังกล่าว จังหวัดมีเป้าหมายที่จะพัฒนาจากจุดแข็งของจังหวัดในฐานะเมืองท่องเที่ยวและศูนย์กลางธุรกิจของภาคใต้ให้มีความพร้อมมากยิ่งขึ้น โดยได้ดำเนินไปแล้วในหลายด้าน อาทิ การส่งเสริมท่าเรือมารีนา และธุรกิจเดินเรือท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นเรื่องพิพิธภัณฑ์และสถาปัตยกรรมท้องถิ่นให้เป็นจุดขายด้านไมซ์ และที่สำคัญภูเก็ตมีเป้าหมายที่ใช้ศักยภาพของการเป็นศูนย์กลางของธุรกิจไมซ์เพื่อเชื่อมโยงกับจังหวัดในเขตอันดามันโดยรอบ

“การสัมมนาครั้งนี้ ถือเป็นการประกาศความตั้งใจและความมุ่งมั่นที่เราจะก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ระดับโลกแห่งใหม่” นายไมตรีกล่าว

จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมที่จะเป็นเมืองแห่งไมซ์ ด้วยเอกลักษณ์ที่พิเศษของความเป็นเกาะมหัศจรรย์เสน่ห์อันดามัน ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

โลก มีระบบคมนาคมขนส่ง โรงแรม สถานที่จัดประชุม ตลอดจนกิจกรรมที่รองรับความต้องการเฉพาะทางของผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ จึงทำให้ในปี พ.ศ. 2555 ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดภูเก็ตมีมูลค่าสูงถึง 4,820 ล้านบาท สูงเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพฯ โดยคิดเป็นมูลค่าอุตสาหกรรมไมซ์จากต่างประเทศ 4,725 ล้านบาท และอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ 95.66 ล้านบาท

ในปีที่ผ่านมาจังหวัดภูเก็ตรองรับการจัดงานไมซ์ทั้งสิ้น 788 ครั้ง โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้าร่วมงานกว่า 79,862 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ชาวต่างชาติ 59,066 คน นักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทยจำนวน 20,796 คน

ด้าน นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจที่เสียบกล่าวว่า “ที่เสียบ บรรจุให้จังหวัดภูเก็ตเป็นหนึ่งใน 4 เมืองที่เป็น “นครแห่งไมซ์” หรือ “โมซันดี” ของประเทศไทย โดยจังหวัดภูเก็ตได้ร่วมลงนามกับที่เสียบ ในการส่งเสริมและยกสถานะของจังหวัดสู่การเป็นนครแห่งไมซ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552

นางศุภวรรณ กล่าวว่า “ที่เสียบวางแนวทางในการส่งเสริมให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองแห่งไมซ์ที่เชื่อมโยงกับทั่วโลก โดยชูจุดขายหลัก 6 ด้าน ที่สอดคล้องความต้องการแบบเอ็กคิสิกซ์ของกลุ่มไมซ์ ได้แก่ ด้านกิจกรรมกีฬาและผจญภัย (Adventure) ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (History & Culture) ด้านการสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ใหม่ ๆ (Experience and Knowledge) ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม (Green Travelling and Sustainable Meeting) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) และ ด้านการสัมผัสประสบการณ์สุดหรู (Luxury Travel Destination)”

สำหรับการจัดงานสัมมนานี้จึงนับเป็นครั้งแรก ที่ที่เสียบร่วมดำเนินงานกับจังหวัดภูเก็ตในการพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ของภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียง และยังเป็นงานสัมมนาแรกที่ที่เสียบขยายการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์สู่กลุ่มสื่อมวลชนในท้องถิ่นด้วยการกำหนดกลยุทธ์ “ฟิสอนน้อง” ดึงสื่อมวลชนจากส่วนกลาง ร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำข่าว พร้อมบทบาทความสำคัญของงานสื่อสารมวลชนที่จะเป็นส่วนสำคัญในการเป็นกระบอกเสียงเพื่อสร้างการรับรู้แก่จังหวัดภูเก็ตและกลุ่มคลัสเตอร์ในฐานะเมืองไมซ์แห่งกลุ่มอันดามัน ทั้งนี้ที่เสียบได้กำหนดกิจกรรมภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าวไว้ในรูปแบบการจัดงานสัมมนาสื่อมวลชนเมืองโมซันดี ซึ่งจะดำเนินงานตลอดปีงบประมาณ 2556 นี้

OPENING A NEW CHAPTER “MICE CITY OF THE ANDAMAN”

TCEB is underlining its role in the MICE Cities initiative by developing Phuket as MICE city of the Andaman. The bureau recently joined with Phuket Province in organising the first “Phuket – Towards a Sustainable MICE City” seminar, bringing together the public and private sectors to learn about the strategic development plan for the cities forming the Andaman Cluster and Phuket’s goal to become the MICE City of the south.

To enhance public awareness and prepare the new MICE City for substantial and sustainable growth, the bureau also introduced a new strategy “Teaching for the Young”, inviting press members from Bangkok to present the role of the media to local journalists.

Mr. Maitree Intusut, Phuket Governor, noted that the province was aware of the importance of creating added value for the tourism sector and of integrating the development plan with the Andaman coastal cities. The province has designed a 4-year strategic development plan with the goal of becoming “Charming Andaman”. Under the plan, the province will focus on a 4M strategy: M-MICE to service business events with uniqueness and quality; M-Marine to promote the integrated marine industry for trade, tourism and MICE events; M-Manpower to develop human resources at all levels to prepare for growth in business and tourism; and M-Medical Hub to promote medical tourism.

Using the 4M strategy, Phuket will further develop the city based on its strengths as a renowned tourism destination and the business events centre of the south. Many plans have already been put into action, among them promotion of the marina pier, a tourist boat service and the development of cultural tourism that focuses on local museums and architecture as MICE products. More importantly, Phuket aims to use its potential as a MICE City to connect the nearby Andaman coastal cities.

“This seminar is an announcement of our intention and objectives to move forward as a new preferred destination for the global MICE industry,” the governor said.

Phuket is ready to become MICE City because of its unique position as a charming island destination in the Andaman Sea that is popular with tourist visitors from around the world. Phuket also boasts convenient transportation networks, hotels and meeting venues and offers diverse activities for MICE travellers.

In 2012, the value of Phuket’s MICE industry was Bt4.82 billion, ranking second behind Bangkok. International MICE events contributed Bt4.73 billion while the domestic MICE industry generated Bt95.7 million. Last year, Phuket hosted 788 business events with some 79,862 MICE visitors, of which 59,066 were overseas MICE travellers and 20,796 domestic MICE visitors.

Mrs. Supawan Teerarat, TCEB’s Vice President—Strategic and Business Development, said that the bureau has set guidelines to promote Phuket as a MICE City by presenting 6 selling points to target groups looking for exclusivity and style. These are adventure activities, history & culture, experience & knowledge, green travelling & sustainable meeting, corporate social responsibility, and luxury travel destination.

The seminar was the first cooperation between TCEB and Phuket Province to develop MICE operators in Phuket and neighbouring provinces. It was also the first time that the bureau expanded the MICE knowledge base to the local media by holding a media seminar under the “Teaching for the Young” strategy. The bureau invited media from Bangkok to transfer their working experience and explain the vital role of media in enhancing awareness of the MICE City of the Andaman. The bureau will hold similar media seminars in MICE Cities throughout this year.

ศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตสู่ความเป็น “เมืองแห่งไมซ์”

ภูเก็ตเป็นเมืองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงสุดในภาคใต้ โดยมีประชากรทั้งสิ้น 353,847 คน มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร (GDP Per Capita) 324,385 บาทต่อคนต่อปี ซึ่งสูงเป็นอันดับ 1 ในภาคใต้ และอันดับ 10 ของประเทศ

ในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค ภูเก็ตมีท่าอากาศยานนานาชาติ ซึ่งมีเที่ยวบินหนาแน่นเป็นอันดับที่สองของประเทศรองจากท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ สามารถรองรับเที่ยวบินได้ 10 เที่ยวบินต่อชั่วโมง โดยในปี 2555 ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตรองรับผู้โดยสาร 9,446,000 คน ให้บริการเที่ยวบิน 60,457 เที่ยวบินทั้งในและต่างประเทศ มีสายการบิน 46 แห่งที่ให้บริการบินตรงสู่ภูเก็ตจากเอเชีย โอเชียเนีย และยุโรป

นอกจากนี้ ยังมีโรงแรมระดับ 3-5 ดาวทั้งสิ้น 636 แห่ง รวมห้องพักทั้งสิ้น 37,543 ห้อง รวมถึงรีสอร์ทและบ้านพักตากอากาศอีกประมาณ 20,000 ห้อง

ภูเก็ตมีประสบการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้า โดยมีงานสำคัญๆ ได้แก่ Phuket International Boat Show (PIMEX), การจัดประชุม APEC, The 15th Congress of Asia Pacific Blood and Marrow Transplantation (APBMT2010), World Congress of Malacology 2010, ICWEE 2011: International Conference on Water Energy and Environment, The 8th Congress of Asian Pacific Society of Atherosclerosis and Vascular Diseases (APSAVD 2012), การประชุมกลุ่มเอมวาร์ยของประเทศจีน ประจำปี 2555, และ การต้อนรับคณะผู้เข้าร่วมประชุมจากการประชุมใหญ่ โรตารีสากล ประจำปี 2555

The potential of Phuket to become MICE City

The city of Phuket has the highest economic potential in the Southern Region. It has a population of 353,847 and annual GDP per capita of Bt324,385, ranking first in the south and tenth in the country as a whole.

In terms of facilities and infrastructure, Phuket has an international airport with the second largest traffic volume behind Suvarnabhumi Airport, serving 10 flights per hour. In 2012, Phuket International Airport accommodated 9,446,000 passengers and 60,457 flights operated by both local and international airlines. In addition, there are now 46 airlines operating direct flights from Asia, Oceania and Europe to Phuket.

The island boasts a diversity of hotels ranging from 3 to 5 stars with a total of 37,543 rooms, and another 20,000 rooms in resorts and bungalows.

Phuket has experience in hosting mega events, among them the Phuket International Boat Show (PIMEX), APEC meeting, The 15th Congress of Asia Pacific Blood and Marrow Transplantation (APBMT2010), World Congress of Malacology 2010, ICWEE 2011: International Conference on Water, Energy and Environment, The 8th Congress of Asian Pacific Society of Atherosclerosis and Vascular Diseases (APSAVD 2012) and 2012 Amway China annual meeting. Phuket also welcomed participants in the International Rotary Convention 2012.



เผยโครงสร้างพัฒนาศักยภาพไมซ์

กำหนดแนวทางบันฑุคลากร สร้างความแข็งแกร่งสู่อุตสาหกรรม

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ที่เส็บ ประสบความสำเร็จในการริเริ่มโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านไมซ์ และยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ให้ได้มาตรฐานสากล โดยได้มีการปรับโครงสร้างและวางกลยุทธ์เชิงรุกตลอดจนกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาภายใต้ 6 แกนหลัก ประกอบด้วย MICE Academy, Trade Education, Capabilities Plus, MICE Standards, Sustainability Thailand และ ASEAN Economic Community (AEC) เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ไทย มีความพร้อมรองรับการเติบโต และความท้าทายใหม่ๆ ในอนาคต

ทั้งนี้ นางนิชาภา ยศวีร์ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เส็บ เปิดเผยว่า สิ่งที่เราให้ความสนใจและนับเป็นพันธกิจหลักสำคัญคือการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการศึกษาให้ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยวางโครงสร้างการดำเนินงานใน 3 แกนหลัก ด้านการศึกษา ประกอบด้วย MICE Academy, Trade Education และ Capabilities Plus

ด้าน MICE Academy ซึ่งนับเป็นการพัฒนาระยะต้นน้ำ ที่มุ่งเน้นสร้างผู้นำไมซ์สำหรับอนาคต โดยที่ผ่านมา อุตสาหกรรมไมซ์ประสบปัญหาขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญไมซ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากสถาบันการศึกษาจะมุ่งเน้นผลิตบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบัน คนเริ่มมีการรับรู้เกี่ยวกับไมซ์มากขึ้น ดังนั้น ที่เส็บจึงได้ร่วมมือกับ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรไมซ์ (MICE Course Board) ขึ้นในปีที่ผ่านมา เพื่อจัดทำหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลสำหรับการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา

“ขณะนี้ มีมหาวิทยาลัยถึง 48 แห่งทั่วประเทศที่เปิดสอนหลักสูตรไมซ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรไมซ์มากที่สุดในโลก ผลิตบุคลากรด้านไมซ์ได้มากกว่า 10,000 คนต่อปี และมีตำราหลักสูตรไมซ์ที่สมบูรณ์ที่สุดในเอเชีย โดยปีนี้ที่เส็บมีแผนจะขยายหลักสูตรเข้าไปในสถาบันอาชีวศึกษาทั่วประเทศ”

นางนิชาภา กล่าวต่อไปว่า ที่เส็บมีเป้าหมายให้หลักสูตรไมซ์เป็นที่แพร่หลาย โดยเริ่มจากหลักสูตรเบื้องต้นสำหรับนักศึกษาปีที่ 1 และจัดทำตำราเรียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งจัดทำสื่อการสอนสำหรับอาจารย์ในรูปแบบเพาเวอร์พอยท์ และซีดี อีกทั้งมีการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับอาจารย์ผู้สอน (Coach the Coaches Programme) เพื่อให้มีความเข้าใจและถ่ายทอดความรู้ได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น ในระยะต่อไป ที่เส็บจะผลักดันหลักสูตรไมซ์จากการเป็นวิชาบังคับให้กลายเป็นวิชาเอก และขยายหลักสูตรไปสู่ระดับปริญญาโทในอนาคต

นอกจากนี้ ที่เส็บยังเดินหน้าขยายโครงการแลกเปลี่ยนทางวิชาการด้านไมซ์ (MICE Academic Exchange Programme) ซึ่งจะทำให้ทั้งผู้สอน นักศึกษา และนักวิจัยของสถาบันการศึกษาได้มีโอกาสเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวอุตสาหกรรมไมซ์ โดยขณะนี้ ที่เส็บได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในเกาหลีใต้ ไต้หวัน และออสเตรเลีย โดยยังมีมหาวิทยาลัยในอีกหลายประเทศที่อยู่ระหว่างการพิจารณาในการร่วมมือกันพัฒนาการเรียนการสอนสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างประเทศ

ด้าน Trade Education ซึ่งเป็นกลุ่มกลางน้ำ จะมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง

STRUCTURE OF MICE CAPABILITIES UNVEILED

CORE PILLARS TO DEVELOP MICE PERSONNEL FOR INDUSTRY STRENGTH

Over the past five years, TCEB has achieved significant success in its initiatives to develop MICE professionals and raise MICE industry standards. Now, however, TCEB has restructured operations and set more aggressive strategies under 6 pillars: MICE Academy, Trade Education, Capabilities Plus, MICE Standards, Sustainability Thailand, and ASEAN Economic Community (AEC), as it works to strengthen Thailand's MICE industry in preparation for future growth and new challenges.

Mrs. Nichapa Yoswee, Director of TCEB's MICE Capabilities Development Department, reveals that a MICE Capabilities Development Plan for Education has been created to cover three sectors from upstream through midstream to downstream. The operational structure comprises of MICE Academy, Trade Education, and Capabilities Plus.

The MICE Academy, which is the upstream sector, will aim to produce MICE leaders for the future. In the past, with educational institutes mainly producing the workforce for the hospitality industry, the industry has faced a severe shortage of MICE professionals. Today, people have a much better perception of the MICE industry. Last year, TCEB entered into partnerships with the Thailand Incentive & Convention Association (TICA) and the Thai Exhibition Association (TEA) to establish the MICE Course Board, which was tasked with formulating an "Introduction to the MICE Industry" for universities.

"To date, 48 universities nationwide have signed an MOU to adopt the new course. This clearly conveys that Thailand has the largest number of universities offering the MICE curriculum and capable of producing more 10,000 graduates a year. Moreover, Thailand has the most comprehensive MICE textbook in Asia. This year,

the bureau plans to expand the curriculum to vocational education institutes nationwide," Mrs. Nichapa says.

Mrs. Nichapa further explains that TCEB is aiming to promote the MICE curriculum to make it integral with mass education. Starting with the Introduction to the MICE Industry programme for first-year university students, the textbook is available in Thai and English versions, with Powerpoint presentations and CDs provided for lecturers. Moreover, the bureau also offers a "Coach the Coaches" programme, ensuring that lecturers understand and transfer knowledge to students correctly. As the next step, the bureau will push for the compulsory course to become a major subject and develop it as a Master's degree programme further down the line.

In addition, the bureau is moving forward with the MICE Academic Exchange Programme, enabling lecturers, students and researchers to gain new insights into international MICE. The bureau is currently signing MOUs with universities in Korea, Taiwan and Australia for exchange programmes and educational facilities in other countries are under consideration.

Trade Education, a midstream section, aim to enhance the capabilities of industry professionals and related government agencies and improve management efficiency. The concerned individuals in the four MICE Cities of Bangkok, Chiang Mai, Pattaya and Phuket are required to develop management standards to host local and international events.

To achieve this, the TCEB is importing international programmes together with prominent speakers to provide specialist training. The bureau will subsidise as much as 70 per cent of the training cost for each participant. Recently, the bureau joined up with UFI - the global association of the exhibition industry- to organise the "Exhibition Management Degree" or UFI-EMD workshop for the fourth consecutive year. The bureau is now planning to import the MPI (Meeting Professional International Programme) and IAPCO (The International Association of Professional Congress Organizers), both of which are certified courses.

"We need to be the exclusive host of international MICE programmes in the region, which will lead to our goal of positioning Thailand as the ASEAN MICE Institute over the next 3-5 years," Mrs. Nichapa says.

Capabilities Plus, the downstream section, is aimed at developing management skills through short and intensive master class programmes taught by renowned international experts. The programmes will enable executives to create visions for the future, come up with creative projects and be innovative in decision-making and planning.

In an effort to extend the education task, the TCEB has designed its 2014 development programme around two initiatives: MICE Major programme and MICE Casebook. The bureau will sign MOUs with educational institutes nationwide to come up with a revised MICE Major curriculum that will serve as Asia's first international MICE standard programme. The MICE Casebook is an extension of MICE 101, the first MICE textbook in Asia. The MICE 101 comprises 5 compulsory subjects plus 2 elective subjects in line with the standard requirements of Office of the Higher Education Commission. These projects will reinforce student insights and knowledge.

เพื่อให้มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมืองแห่งไมซ์ทั้ง 4 เมือง ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต ที่จะต้องมีวิธีการจัดการที่เป็นมาตรฐาน สามารถรองรับงานประชุมและการแสดงสินค้าที่สำคัญทั้งระดับในประเทศและระดับนานาชาติได้

ทั้งนี้ ที่เส็บได้ดึงเอาหลักสูตรนานาชาติรวมทั้งวิทยาการจากต่างประเทศเข้ามาให้การฝึกอบรม ด้วย ที่เส็บจะให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายแก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมถึงร้อยละ 70 ซึ่งที่ผ่านมา ที่เส็บได้ร่วมกับสมาคมอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้านานาชาติระดับโลก หรือ UFI จัดโครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการวิชาชีพในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าภายใต้หลักสูตร 'Exhibition Management Degree' หรือ UFI-EMD ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และกำลังจะนำหลักสูตรนานาชาติเข้ามาเพิ่มขึ้น จาก MPI (Meeting Professionals International) และ IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers) ซึ่งแต่ละหลักสูตรจะออกไปรับรองให้แก่ผู้ผ่านการอบรม

"ที่เส็บต้องการเป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์ในการจัดฝึกอบรมหลักสูตรนานาชาติด้านไมซ์ในระดับภูมิภาค (Exclusive Host) ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายในการนำพาประเทศไทยสู่ศูนย์กลางการศึกษาไมซ์แห่งอาเซียนภายใน 3-5 ปีข้างหน้า หรือ ที่เรียกว่า ASEAN MICE institute

ด้าน Capabilities Plus ซึ่งเป็นกลุ่มปลายน้ำ จะมุ่งเน้นพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการให้แก่ผู้บริหารระดับสูงทั้งในรูปแบบการฝึกอบรมระยะสั้น และหลักสูตรระดับสูงโดยผู้เชี่ยวชาญชั้นนำจากต่างประเทศ เพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ และมีนวัตกรรมในกระบวนการวางแผนและตัดสินใจ

เพื่อต่อยอดงานด้านการศึกษา ที่เส็บได้วางแผนพัฒนาโครงการใหม่ในปี 2557 ไว้ 2 โครงการด้วยกัน ได้แก่โครงการสร้างหลักสูตรไมซ์เมเจอร์ โดยจะจัดให้มีพิธีลงนามบันทึกความร่วมมือหลักสูตรไมซ์เมเจอร์ระหว่างที่เส็บ และสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศเพื่อสร้างมิติใหม่ในการปฏิรูปหลักสูตรไมซ์ให้ได้มาตรฐานสากลเป็นแห่งแรกในเอเชีย และโครงการจัดทำหนังสือกรณีศึกษา "MICE Casebook" อันจะเป็นการต่อยอดจากหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลหลังจากที่เส็บได้ผลิตรายวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการที่เรียกว่า "MICE 101" เป็นเล่มแรกในเอเชียซึ่งประกอบไปด้วยวิชาหลัก 5 วิชาและ 2 วิชาเลือกตามมาตรฐานกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือ สกอ. นับเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ด้านไมซ์ของนักศึกษาให้เข้มข้นมากยิ่งขึ้น

ที่เลียบ ดึงการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ เฮอร์บาไลฟ์ เอเชีย แปซิฟิก จัดในไทยต่อเนื่องปีที่ 6



เฮอร์บาไลฟ์เลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดการประชุมอีกครั้งหนึ่ง โดยจัดประชุม “Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2013” ซึ่งไม่เพียงแต่แสดงถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการจัดงานระดับองค์กรขนาดใหญ่ แต่ยังใช้ประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงธุรกิจภูมิภาคเอเชีย การประชุมครั้งนี้ ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 14 – 16 มิถุนายน ที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ถือเป็นการประชุมองค์กรที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยในปีนี้ โดยมีผู้จำหน่ายอิสระของเฮอร์บาไลฟ์เข้าร่วมงานกว่า 23,000 คน จาก 12 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก และคาดว่าจะสร้างรายได้ให้ประเทศกว่า 1,800 ล้านบาท

Herbalife Asia Pacific Extravaganza เป็นการประชุมระดับภูมิภาคของเฮอร์บาไลฟ์ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างเวทีฉลองความสำเร็จทางธุรกิจให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระเฮอร์บาไลฟ์ และเป็นโอกาสในการเข้ารับการฝึกอบรม รับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ล่าสุดตลอดจนรับคำชี้แนะเกี่ยวกับการสร้างธุรกิจจากผู้นำของเฮอร์บาไลฟ์และผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ

นายณพรรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ที่เลียบ กล่าวว่า การที่เฮอร์บาไลฟ์เลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดประชุม Herbalife Asia Pacific Extravaganza เป็นปีที่ 6 ถือเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงโอกาสธุรกิจไทยในเอเชีย และศักยภาพของไทยในการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการตลาดของที่เลียบซึ่งเน้นการเจาะตลาดไมซ์ในเอเชีย และจัดงานระดับเมกกะอีเวนต์เข้ามาจัดในประเทศไทย ประกอบกับธุรกิจของ Herbalife ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพนั้น เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่จะสร้างความเติบโตให้แก่ตลาดไมซ์ของไทย ควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์และอุปกรณ์ตกแต่ง เครื่องสำอาง เคมีภัณฑ์ การเงินการธนาคาร ประกันภัย อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า และการท่องเที่ยว การจัดงานระดับเมกกะอีเวนต์ครั้งนี้จึงจะเป็นบทพิสูจน์สำคัญที่แสดงให้เห็นศักยภาพอันโดดเด่นของ

ไทยในการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ รวมทั้งบทบาทในการเป็นผู้สนับสนุนการจัดงานไมซ์ระดับโลก ของที่เลือกได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้งานนี้ยังเป็นการแสดงความพร้อมและศักยภาพของไทยในฐานะการเป็นศูนย์กลางในการจัดนิทรรศการและการประชุมที่ทันสมัย พร้อมสรรพด้วยสาธารณูปโภคพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานระดับโลก

“ที่เลือกได้ให้การสนับสนุนการจัดประชุมของเฮอรับาไลฟ์ อย่างเต็มที่ ซึ่งไม่เพียงเป็นการประชาสัมพันธ์จุดเด่นด้าน อุตสาหกรรมไมซ์อันดีของไทย อาหารอร่อย และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แต่ยังก่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล โดยคาดว่าจะสร้างรายได้เข้าประเทศสูงถึง 1,840 ล้านบาท จากผู้เข้าร่วมงานจำนวน 23,000 คน ”

การจัดงานในครั้งนี้เป็นครั้งที่ 6 ที่เฮอรับาไลฟ์เลือก ประเทศไทยเป็นสถานที่จัดประชุมสำหรับผู้จำหน่ายอิสระจากทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮองกง อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย มาเก๊า นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไต้หวัน ไทย และเวียดนาม ในปีนี้เฮอรับาไลฟ์ยังได้จัดการประชุมขึ้นพร้อมกันในอีกสองประเทศ คือ ที่เมืองบังกอลอร์ ประเทศ อินเดีย และกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีโอกาสขยายเครือข่ายออกไปให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และคาดว่าจะมีผู้จัดขึ้นในสามประเทศนี้จะต้องดูผู้เข้าร่วมประชุมได้มากถึง 55,000 คน

ด้าน มร. วิลเลียม เอ็ม. ราห์น รองประธานอาวุโส และกรรมการผู้อำนวยการ เฮอรับาไลฟ์ เอเชียแปซิฟิก เปิดเผยว่า เฮอรับาไลฟ์มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ทำให้บริษัทต้องจัดการประชุมขึ้นในหลายประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้จำหน่ายอิสระที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในช่วงห้าปีที่ผ่านมา ยอดขายเฮอรับาไลฟ์ในภูมิภาคนี้เติบโตอย่างสม่ำเสมอเป็นตัวเลขสองหลักทุกปี และปัจจุบันเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่สร้างยอดขายอันดับหนึ่งให้แก่เฮอรับาไลฟ์ โดยมีรายได้คิดเป็นร้อยละ 28 จากยอดขายทั่วโลกในปี 2555 และมียอดขายสุทธิ 34,000 ล้านบาท (1,140 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)

“การเติบโตนี้เป็นผลจากผู้บริหารในเอเชียที่ห่วงใยสุขภาพ และต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพมากขึ้น เพราะปัจจุบันโรคอ้วนและภาวะทุพโภชนาการกลายเป็นปัญหาสุขภาพที่คุกคามคนทั่วโลก รวมถึงหลายประเทศในเอเชียแปซิฟิก” มร. ราห์น กล่าวเพิ่มเติม

ข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขระบุว่าประเทศไทยติดอันดับหนึ่งในห้าชาติในเอเชียแปซิฟิกที่มีประชากรเป็นโรคอ้วนสูงสุด ปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรเป็นโรคอ้วนหรือน้ำหนักเกินมากกว่า 17 ล้านคน และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอีก 4 ล้านคน ในแต่ละปี

“การประชุม Herbalife Asia Pacific Extravaganza ที่กรุงเทพฯ ถือเป็นการประชุมที่ใหญ่ที่สุดในสามประเทศที่จัดขึ้นในปี นี้ เนื่องจากประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีความพร้อมทั้งในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานและประสิทธิภาพการจัดประชุมระดับโลก กรุงเทพฯ จึงเป็นตัวเลือกที่สมบูรณ์แบบสำหรับการจัดประชุมทางธุรกิจเอเชีย ซึ่งการสนับสนุนจาก ที่เลือกมีส่วนอย่างมากต่อความสำเร็จของการจัดประชุมในครั้งนี้” มร. ราห์น กล่าวสรุป

บริษัท เฮอรับาไลฟ์ เป็นบริษัทโภชนาการระดับโลก โดยจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการจัดการน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์โภชนาการ และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณและเส้นผมเพื่อสุขภาพที่ดี ผ่านทางผู้จำหน่ายอิสระไปยังผู้บริหารในกว่า 80 ประเทศทั่วโลก

TCEB WINS MEGA-SIZED HERBALIFE ASIA PACIFIC TO THAILAND FOR THE SIXTH CONSECUTIVE YEAR

Herbalife once again chose Thailand to organise the “Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2013”. The event reflects not just the potential and readiness of Thailand to host major corporate meetings, but also its success in moving from being a business hub to a connector of business in the Asian region.

The event, held between June 14 and 16, 2013 at Impact Muang Thong Thani, is Thailand’s largest corporate meeting this year, attended by more than 23,000 participants from 12 countries across the Asia-Pacific region. The event is expected to generate revenue of more than Bt1.8 billion for the country.

Herbalife Asia Pacific Extravaganza is the annual regional meeting of Herbalife and is designed for independent distributors to celebrate their business success, receive training in the latest products and gain advice on business building initiatives from Herbalife leaders and nutrition experts.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai, TCEB’s President, notes that Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2013 is a crucial link in the business connections in Asia and demonstrates Thailand’s capabilities for hosting mega events. This is in line with TCEB’s market strategy, which aims to penetrate the MICE markets in Asia and draw mega events to Thailand.

Herbalife is a global nutrition company and, as such, one of major industries driving the growth of Thailand’s MICE industry. Others include automobile & accessories, cosmetics, chemical, finance & banking, insurance, electrical appliances, and tourism. The success of this mega event thus proves Thailand’s outstanding potential for hosting large international meetings and clearly demonstrates TCEB’s role as a supporter of global events.

In addition, this event also showed the readiness and potential of Thailand as a preferred destination for business events, exhibitions, thanks to its modern meeting venues, perfect infrastructure and world-class facilities.

“TCEB fully supports the Herbalife meeting. Not only does it promote the strong points of Thai hospitality, delicious food and unique culture, the event also contributes tremendously to the economy. It is estimated that the meeting will generate revenue of up to Bt1.84 billion with 23,000 attendees,” the President said.

This year marked the sixth time Herbalife has chosen Thailand as its destination to bring together independent distributors from the Asia-Pacific region, with participants coming from Australia, Hong Kong, Indonesia, Japan, Malaysia, Macau, New Zealand, the Philippines, Singapore, Taiwan, Thailand and Vietnam.

Herbalife also organised this year concurrent meetings in Seoul, South Korea and Bangalore, India, giving its members a chance to enlarge their business networks. The three events were expected to attract 55,000 attendees.

William M. Rahn, Senior Vice President and Managing Director, Herbalife Asia Pacific, notes that Herbalife is enjoying growth in the Asia-Pacific region. The company saw the need to organise events in various countries so as to respond to the demands of the rapidly growing number of independent distributors. Over the past five years, Herbalife Asia-Pacific has enjoyed double-digit net sales. At present, Asia-Pacific is the largest contributor to Herbalife worldwide, with revenue representing 28 per cent of global revenues in 2012 and net sales of Bt34 billion (US\$114 billion).

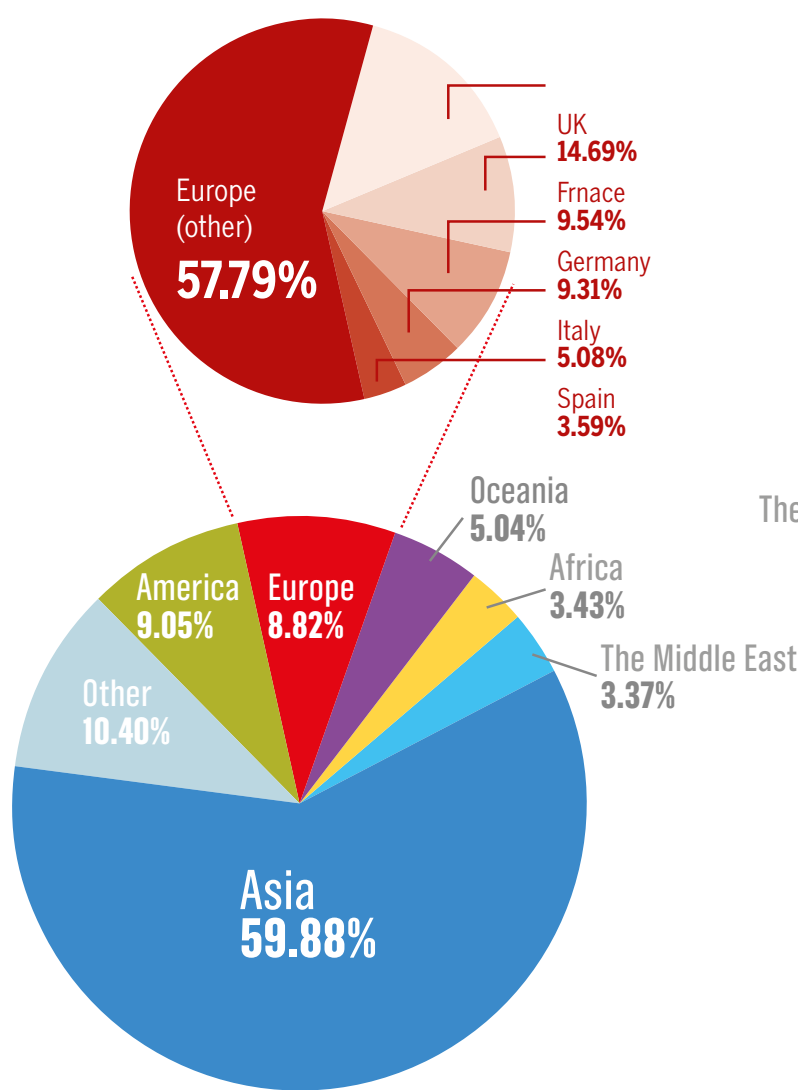
“The continued growth has been driven by Asia’s health-conscious consumers and the growing demand for nutrition products. Obesity and poor nutrition have become significant public health problems, threatening people across the globe including in many Asia Pacific countries,” he added.

According to Ministry of Public Health, Thailand ranks in the top five countries in the Asia Pacific in numbers of obese people. At present, Thailand has more than 17 million obese or overweight individuals, a figure that is likely to increase at a rate of 4 million people a year.

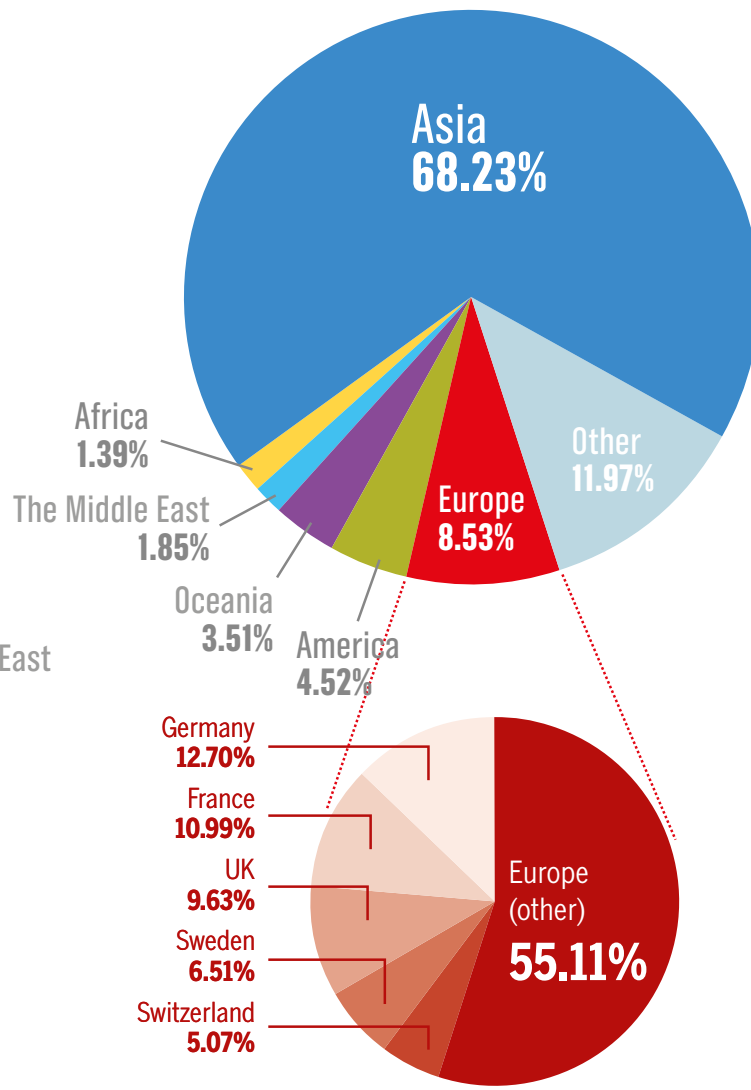
Herbalife Ltd is a global nutrition company that sells weight-management, nutrition, and personal care products intended to support a healthy lifestyle. Herbalife products are sold in more than 80 countries through a network of independent distributors all over the world.

“The Herbalife Asia Pacific Extravaganza in Bangkok is the biggest event among the three host countries this year. With Thailand’s central location in the Asia Pacific and the readiness of its infrastructure as well as experience in organising the world-class meetings, Bangkok is considered as the perfect destination for business meetings in Asia. The TCEB’s support is also a crucial part of the event’s success,” Mr. Rahn added.

ทิศทางตลาดไมซ์ในทวีปยุโรป



NON-CORPORATE MEETING MARKET



CORPORATE MEETING MARKET

วิกฤติเศรษฐกิจในยุโรปยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในทวีปยุโรปต่างได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นอัตราเงินเฟ้อที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง และอัตราการว่างงานที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมการประชุมถือว่าได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจยุโรปเช่นเดียวกัน

จากผลสำรวจการประชุมกลุ่มองค์กรเอกชน (Corporate Meetings) ในทวีปอเมริกาเหนือ ยุโรป เอเชีย และอเมริกาใต้ ของ American Express Meetings & Events, 2013 Meetings Forecast (AMEX) พบว่ายุโรปเป็นเพียงทวีปเดียวที่จำนวนการจัดประชุมมีการปรับตัวลดลงมากที่สุด โดยลดลงร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับปีก่อน ในขณะที่ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมมากกว่าครึ่งเชื่อว่า ในปี 2013 จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมจะลดลงกว่าเดิม คือร้อยละ 5.2 และอาจจะลดลงเกือบเท่าตัวในปีถัดไป ทำให้แต่ละองค์กรต้องคำนึงถึงวิธีการจัดประชุมและขนาดประชุมให้เกิดความคุ้มค่าในการจัดประชุมมากที่สุด

ผู้วางแผนการจัดประชุมในยุโรปเชื่อว่า จำนวนวันที่มีการจัดประชุมมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 3.8 โดยให้เหตุผลว่า การจัดประชุมหลายวันอาจเกิดกิจกรรมที่ไม่เป็นประโยชน์แก่องค์กร อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นการจัดประชุมแต่ละครั้ง ผู้จัดต้องมีการพิจารณาเนื้อหาของการประชุมให้

ตรงประเด็นและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประชุม จะช่วยลดทั้งค่าใช้จ่ายและเวลาเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการจัดประชุมเสมือน (Virtual Meetings) การใช้ Social Media เป็นช่องทางสื่อสาร หรือแม้แต่การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยในการจัดประชุมบนมือถือ เป็นต้น

การใช้จ่ายในการจัดประชุมก็มีแนวโน้มลดลง สาเหตุหนึ่งมาจากจำนวนการจัดประชุมลดลง จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมลดลง โดย AMEX คาดการณ์ว่าผู้เข้าร่วมประชุมจะมีการใช้จ่ายที่ลดลงร้อยละ 4.4 ทำให้รายได้ของผู้จัดการประชุมซึ่งรวมไปถึงประเทศเจ้าภาพ (Host Country) จะต้องลดลงตามไปด้วย ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานประชุมต้องตระหนักและคำนึงถึงเป็นอย่างดี

อย่างไรก็ดี ทวีปยุโรปยังคงได้รับความสนใจให้เป็นจุดหมายการจัดประชุมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประเทศในทวีปยุโรปสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก ส่งผลให้ต้นทุนการจัดประชุมลดลง สอดคล้องกับผลสำรวจของ AMEX ที่ระบุว่า ยุโรปยังคงเป็นทวีปเดียวที่มีความต้องการในการจัดประชุมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดย 10 เมืองยอดนิยมในยุโรปที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุมได้แก่ 1. ลอนดอน 2. ปารีส 3. อัมสเตอร์ดัม 4. บาร์เซโลนา 5. บรัสเซล 6. นิซ 7. เบอร์ลิน 8. แฟรงก์เฟิร์ต 9. โรม และ 10. มิวนิค ซึ่งสถานที่พัก/โรงแรม เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการเลือกเมือง

EUROPE MICE MARKET FOLLOWING A CAUTIOUS PATH

สำหรับการจัดการประชุม เพราะเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งสถานที่พักขนาดกลางมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ในขณะที่โรงแรมหรูหรือรีสอร์ทจะได้รับความนิยมลดลง

จากภาพรวมดังกล่าว ผู้วางแผนการประชุม หรือผู้จัดการประชุมต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม ยุโรปยังคงเป็นทวีปที่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม ไม่ว่าจะเป็นด้านภูมิศาสตร์ที่สามารถเดินทางระหว่างประเทศได้สะดวก มีความปลอดภัยสูง รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลายประเทศสามารถใช้เงินสกุลยูโรได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นจุดเด่นทั้งสิ้น และส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการประชุมในยุโรป ทำให้ทั้งผู้วางแผนประชุม ผู้จัดประชุม และผู้ร่วมประชุม สามารถประชุมได้ภายในทวีปยุโรป ทำให้ลดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับการจัดประชุมในทวีปอื่นๆ

สำหรับกลุ่มประเทศในทวีปยุโรปที่เดินทางเข้าประชุมนานาชาติในประเทศไทยนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักได้แก่กลุ่มองค์กรเอกชน (Corporate Meeting) และกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือกลุ่มองค์กรที่ไม่ใช่บริษัทเอกชน (Non-Corporate Meeting) ซึ่งข้อมูลจากที่สืบพบว่า กลุ่มประเทศในทวีปยุโรปมีสัดส่วนการเดินทางเข้ามาประชุมมากเป็นอันดับ 2 รองจากทวีปเอเชีย โดยกลุ่ม Corporate Meeting คิดเป็นร้อยละ 8.53 และกลุ่ม Non-Corporate Meeting คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด หากแบ่งออกเป็น 5 ประเทศหลักในแต่ละกลุ่มที่เข้ามาประชุมในไทย พบว่าประเทศในทวีปยุโรป 5 อันดับแรกของกลุ่ม Corporate Meeting ที่เข้ามาประชุมนานาชาติในประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ 1) เยอรมนี 2) ฝรั่งเศส 3) อังกฤษ 4) สวีเดน และ 5) สวิตเซอร์แลนด์

ในขณะที่ กลุ่มองค์กรภาครัฐหรือกลุ่ม Non-Corporate Meeting ที่เข้ามาประชุมนานาชาติในประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ 1) อังกฤษ 2) ฝรั่งเศส 3) เยอรมนี 4) อิตาลี และ 5) สเปน

ส่วนความสนใจในหัวข้อการประชุม 3 อันดับแรกของกลุ่ม Corporate Meeting ได้แก่ 1) เทคโนโลยี (Technology) 2) การจัดการ (Management) 3) การโทรคมนาคมและการขนส่ง (Communication and Transportation) ในขณะที่หัวข้อการประชุมของกลุ่ม Non-Corporate Meeting ที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรกได้แก่ 1) วิทยาศาสตร์การแพทย์ (Medical Science) 2) เทคโนโลยี (Technology) 3) การจัดการ (Management)

ในปี 2012 มีจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากยุโรปเข้ามายังประเทศไทยจำนวนกว่า 77,300 คน สร้างรายได้สู่ประเทศคิดเป็นจำนวนกว่า 7,000 ล้านบาท โดยในปี 2556 ที่สืบ คาดว่า จะมีการเติบโตในระดับเดียวกับปีที่ผ่านมา ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เป้าหมายการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวมเป็นไปตามที่คาดไว้ คือจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ประมาณ 940,000 คน สร้างรายได้ 88,000 ล้านบาท

สำหรับตัวอย่างการประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากยุโรป ในปี 2555 ที่ผ่านมา ได้แก่ NDS Devcon Meeting จากสหราชอาณาจักร Nestle Conference จากรัสเซีย Nutricia Thailand Incentive จากเบลเยียม และ Zurich Insurance Incentive จากโปรตุเกส ส่วนตัวอย่างการประชุมนานาชาติ ได้แก่ International Conference on Postharvest Pest & Disease Managements in Exporting for Horticultural Crops โดย International Society for Horticultural Science จากเบลเยียม World Tunnel Congress (WTC) โดย International Tunnelling and Underground Space Association จากสวิตเซอร์แลนด์ และ FAO/OIE Global Conference on Foot and Mouth Disease Control โดย World Organisation for Animal Health จากฝรั่งเศส

The deep recession in Europe continues to pose a risk to global economic growth, with European countries in particular inevitably bearing the brunt of the impacts including further declines in the inflation rate and rising unemployment. This situation naturally also affects the meetings industry.

The American Express Meetings & Events's 2013 Meetings Forecast (AMEX), which surveyed corporate meetings in America, Europe, Asia and South America, found that Europe recorded the highest drop of 2.3 per cent in 2012 compared to the previous year. More than 50 per cent of delegates believed that the number of participants in 2013 would further decline by 5.2 per cent and was likely to plunge by almost twice as much in the following year. Each corporate entity needs to think hard about the type and size of its meetings to optimise worth.

Meeting planners in Europe believe that the duration of meetings is likely to decrease by 3.8 per cent. They reason is that several days of meetings might not be beneficial to the host corporation and would lead to higher expenses. Organisers therefore have to outline the contents for each meeting to help eliminate unnecessary costs and ensure alignment with business priorities and goals.

Information technology can be adopted to substantially reduce cost and time. These technologies include virtual meetings, social media as well as smartphone applications to support the meetings.

Meanwhile, meeting expenses are also likely to decline, partly as a result of the reduction in both the number of meetings and their attendees. The AMEX forecast predicts that the average expenses of attendees in 2013 will decrease by 4.4 per cent from last year, leading to a reduction in the revenues of organisers and host countries. Meeting planners, organisers and other concerned parties must therefore be very conscious of costs.

However, Europe remains attractive as a meeting destination, as its convenient transportation network serves to lower meeting costs. The AMEX survey also indicates that Europe remains the continent most likely to see an increase in demand for meetings, up by 1.9 per cent in 2013 over the previous year. The top ten European destinations for meetings are London, Paris, Amsterdam, Barcelona, Brussels, Nice, Berlin, Frankfurt, Rome, and Munich.

Accommodation is a crucial factor in selecting meeting destinations because it represents a fixed cost. According to the survey, medium-sized hotels are likely to be more popular while luxury hotels or resorts will be regarded as less attractive.

Meeting planners or organisers must make adjustments in line with the changing economic environment. Nonetheless, it is predicted that Europe will remain a preferred destination for meetings, thanks to convenient transport networks, high level of safety, and the possibility to conduct financial transactions in the Euro in many countries. These are all strong points and provide a boost to the European meetings industry. Significantly, meeting planners, organisers and attendees are able to save considerable time and expenses by organising meetings within Europe compared to holding them on other continents.

In Thailand, the meetings from Europe can be divided into 2 groups: Corporate and Non-Corporate. According to TCEB, European meetings rank the second largest behind Asia, with Corporate Meetings accounting for 8.53 per cent and Non-Corporate Meetings for 8.82 per cent of total meeting attendees in Thailand. The top five European countries holding Corporate Meetings in Thailand are the UK, France, Germany, Italy and Spain.

The three topics of most interest in the Corporate Meetings category are technology, management and communication and transportation, while those for Non-Corporate meetings are medical science, technology, and management.

In 2012, the number of European MICE travelers to Thailand totaled 77,300 generating more than Bt7 billion in revenue. The bureau expects 2013 growth in the European market to remain at the same level as last year. This will form a major component of the target for Thailand's MICE industry, which aims to see about 940,000 MICE visitors to Thailand and generate a total revenue of Bt88 billion.

The European corporate meetings being held in Thailand last year included NDS Devcon Meeting from the UK, Nestle Conference from Russia, Nutricia Thailand Incentive from Belgium, and Zurich Insurance Incentive from Portugal.

International meetings from Europe included the International Conference on Postharvest Pest & Disease Management in Exporting Horticultural Crops organised by the International Society for Horticultural Science from Belgium, the World Tunnel Congress (WTC) organised by the International Tunnelling and Underground Space Association from Switzerland, and the FAO/OIE Global Conference on Foot and Mouth Disease Control organised by World Organisation for Animal Health from France.



ทีเส็บประสานความร่วมมือภาค เครือข่าย 3 สมาคมธุรกิจหลัก ต่อยอด ยกระดับมาตรฐาน งานแสดงสินค้าในประเทศสู่ สากล

ทีเส็บลงนามข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับ 3 สมาคมธุรกิจ ได้แก่ สมาคมสมาพันธ์ส่งเสริมสัตว์เลี้ยงไทย สมาคมผู้บริหารงานอาหารและเครื่องดื่ม ภาคตะวันออกแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ซึ่งการลงนามครั้งนี้เป็นไปตามนโยบายส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศไทยที่มุ่งขับเคลื่อนอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ ยกระดับมาตรฐานการจัดงาน กระจายสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการสร้างงานและรายได้ให้ท้องถิ่น นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานสังคมแห่งความรู้อย่างเป็นรูปธรรม สร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบเศรษฐกิจและสังคมไทย เพื่อเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้านานาชาติระดับภูมิภาคเอเชีย

TCEB COLLABORATES WITH 3 LEADING BUSINESS ASSOCIATIONS, JOINING HANDS TO BOOST EXHIBITION STANDARDS TO INTERNATIONAL BEST PRACTICE

TCEB signed an MOU with three leading associations including the Thai Pet Promotion Federation Association, the Food and Beverage Management Association Eastern Region of Thailand, and The Publishers and Booksellers Association of Thailand. This cooperation was the successful result of TCEB's policy to promote MICE market in Thailand which aspires to empower the domestic exhibition industry, raise industry standards, initiate business activities across regional areas, and promote employment and revenue in local areas. Combined, these factors will lead to feasible development of the creative economy and knowledge-based society. The bureau is committed to strengthening the Thai economic system and society, as well as positioning Thailand as the strategic hub for Asia's international exhibitions industry.



ไทยตอกย้ำความพร้อมในการ จัดงาน ITU TELECOM WORLD 2013 เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไอซีทีใน ภูมิภาคให้รุดหน้า

รัฐบาลไทย โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พร้อมด้วย ดร. ฮามาดูน ตูเร่ เลขาธิการสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union หรือITU) ร่วมลงนามความตกลงในการเป็นประเทศเจ้าภาพจัดงาน ITU TELECOM WORLD 2013 เพื่อเปิดศักราชใหม่ของความร่วมมืออย่างเป็นทางการระหว่างประเทศไทยกับสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ และตอกย้ำความพร้อมในการจัดงานใหญ่ของอุตสาหกรรมไอซีทีระดับโลก ณ กรุงเทพมหานคร โดยมีนายสุเมธ สุธัตินันท์ ณ อยุธยา กรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ ร่วมเป็นสักขีพยานในการลงนาม โดยงาน ITU TELECOM WORLD 2013 จะมีขึ้นระหว่างวันที่ 19-22 พฤศจิกายน 2556 ที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค กรุงเทพฯ

THAILAND REAFFIRMS READINESS TO HOST ITU TELECOM WORLD 2013 TO BOOST ICT PROGRESS IN THE REGION

The Royal Thai Government by the Ministry of Information and Communication Technology and Dr. Hamadoun I. Touré, Secretary-General of International Telecommunication Union (ITU), recently signed the Host Country Agreement to mark the commencement of official cooperation to organise ITU Telecom World 2013. This cooperation demonstrates Thailand's potentials to host a world-class ICT event in Bangkok. The Host Country Agreement signing ceremony was overseen by Mr. Sumate Sudasna, Board of Director, Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB. ITU Telecom World 2013 is scheduled to take place from 19 to 22 November 2013 at IMPACT Exhibition and Convention Centre, Bangkok.