TCEB NEWSLETTER

TCEB CALL CENTER 1105

TCEB
THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

Issue 54 / Jul-Aug 2017

IMFT 2017 VISITS PATTAYA-HUA HIN-BANGKOK BOOSTING MICE TO DRIVE THAILAND 4.0 AND EEC

www.tceb.or.th

08 PCMA HOLDS FIRST MEETING IN THAILAND EXPANDS PROFESSIONAL CONVENTION TO ASIA

12 THAILAND TRADE SHOW SHINES AT WORLD'S BEST MARKETING STAGE

14 THAILAND CLIMBS RANKINGS IN GLOBAL MEETINGS TAKES OVER AS FIRST IN ASEAN

CONTENTS

04 IMFT 2017 VISITS PATTAYA-HUA HIN-BANGKOK BOOSTING MICE TO DRIVE THAILAND 4.0 AND EEC

08 PCMA HOLDS FIRST MEETING IN THAILAND EXPANDS PROFESSIONAL CONVENTION TO ASIA

12 THAILAND TRADE SHOW SHINES AT WORLD'S BEST MARKETING STAGE

14 THAILAND CLIMBS RANKINGS IN GLOBAL MEETINGS TAKES OVER AS FIRST IN ASEAN

16 THAILAND DOMESTIC MICE MART 2017-KHON KAEN UPGRADED EXPANDING BUSINESS OPPORTUNITIES FOR ISAAN MICE SUPPLIERS

18 DIGITAL SALES KIT VR360 INTRODUCED SHOWCASING WORLD-CLASS MICE EVENT VENUES IN THAILAND

20 BUSINESS SCENE

TCEB NEWSLETTER

CORPORATE COMMUNICATIONS DIVISION MARKETING AND CORPORATE IMAGE DEPARTMENT
Editorial Staff:
Senior Manager: **Arisara Thanuplang**
Manager: **Titiwanlaya Thaimongkolrat, Karun Wararatchai**
Senior Executive: **Kwanchanok Otton**
Executive: **Paniyada Mulalin**
Coordinator: **Issara Rochanakuson**

Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization)
Siam Piwat Tower Building, 25,26 Fl., Unit A2,B1 and B2
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: **lpatcharee2505@gmail.com**
Contributors: **Suchat Sritama, Kwanchai Rungfapaisarn**
Copy Editor: **The Nation's sub-editors**
Art Director: **Niphon Appakarn**
Photos: **TCEB, Nation photographers**
Vice President – Supplement: **Chalengpot Boonsue**
Tel: **02 338 3155**
E-mail: **chalengpot@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**

TCEB
THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่านวารสาร ทีเส็บ ทุกท่าน

เมื่อกลางปีที่ผ่านมา สมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศ (International Congress and Convention Association - ICCA) เปิดเผยรายงานว่าปี 2016 ที่ผ่านมาเป็นปีที่มีการจัดประชุมนานาชาติกันมากเป็นประวัติการณ์ คือเกินกว่า 12,000 การประชุม จึงเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง และในรายงานเดียวกันก็มีข่าวดีของประเทศไทยที่ได้รับการจัดอันดับประเทศแห่งการประชุมนานาชาติประจำปีมาอยู่อันดับที่ 24 ของโลกจากอันดับเดิมที่ 27 ทำให้ประเทศไทยของเราเป็นอันดับหนึ่งของอาเซียน และอันดับ 5 ในเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งก็เป็นอันดับดีที่สุดในกลุ่มอาเซียนเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ในการจัดอันดับเมืองนั้น กรุงเทพมหานครและเมืองไมซ์สำคัญอื่นๆ ของไทย เช่น เชียงใหม่ และภูเก็ต ก็ล้วนได้รับการจัดอันดับดีขึ้นเช่นเดียวกัน

ความสำเร็จเหล่านี้ล้วนมาจากการที่เราชาวไมซ์ทุกฝ่ายต่างร่วมมือกันเพื่อผลักดันประเทศของเราอย่างจริงจังและทุ่มเท ดังนั้นจึงเป็นที่มาของเรื่องน่าภูมิใจอีกอย่างหนึ่งคือ การที่สมาคมวิชาชีพการจัดประชุมนานาชาติ (Professional Convention Management Association) หรือ PCMA ก็มาจัดงานประชุม PCMA Global Professionals Conference Asia Pacific 2017 เป็นครั้งแรกในประเทศไทยและเอเชียเมื่อปลายเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญของไทยในการสร้างเครือข่ายกับสมาคมวิชาชีพในแถบอเมริกาเหนือ

ในส่วนอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้านั้น บริษัท วีเอ็นยู เอ็กซิบิชั่นส์ เอเชีย แปซิฟิค จำกัด ผู้จัดงาน Thailand Lab International 2017 ภายใต้การสนับสนุนของทีเส็บในปีที่ 3 ก็ได้ติดอันดับ 1 ใน 3 ผู้เข้ารอบสุดท้ายของการประกวดแผนการตลาดงานนิทรรศการระดับโลกของสมาคมอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าโลก หรือ UFI Marketing Awards ถือเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมเทรดโชว์ไทยไปสู่ระดับนานาชาติ สิ่งนี้ทำให้เห็นได้ว่าโครงการ ASEAN Rising Trade Show ที่ทีเส็บสร้างขึ้นมา ได้มีส่วนอย่างมากในการช่วยยกระดับการแสดงสินค้าของไทย

ขณะเดียวกัน ทีเส็บก็ยกระดับการจัดงาน ไทยแลนด์ โดเมสติก ไมซ์ มาร์ท ปีที่ 4 ณ จังหวัดขอนแก่น เมื่อปลายเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา ขยายความร่วมมือกับผู้ประกอบการไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดใกล้เคียงที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ในภาคอีสานมากขึ้น รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไมซ์ปรับตัวเข้าสู่การเป็นสมาร์ทไมซ์ โดยได้นำเทคโนโลยีโมบายแอพพลิเคชั่นเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ในการจัดงานด้วย

อีกหนึ่งโครงการริเริ่มก็คือ การจัดทำสื่อการขายดิจิตอลระบบเสมือนจริงเพื่อประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยนำร่องสถานที่จัดงานไมซ์ระดับโลก 8 แห่งของประเทศไทย เพื่อแสดงศักยภาพและความพร้อมของสถานที่ในการรองรับการจัดงานระดับโลกทุกรูปแบบ ซึ่งท่านสามารถสัมผัสประสบการณ์แบบเสมือนจริงแบบ 360 องศา ได้ที่ www.businesseventsthailand.com/360virtualtour หรือเพียงแสกน QR code ของแต่ละสถานที่

จึงเห็นได้ว่า ในฐานะองค์กรภาครัฐด้านไมซ์นั้น ทีเส็บมุ่งมั่นกับการส่งเสริมความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการในหลายมิติอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงด้านนวัตกรรมสื่อดิจิตอล ที่จะเป็นช่องทางสื่อสารหลักต่อไปในอนาคต

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา
ผู้อำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

In the middle of this year, the International Congress and Convention Association - ICCA announced in its annual report that the number of association meetings held in 2016 had more than doubled, reaching over 12,000 and breaking the record of more than a decade.

The report also contained the good news that Thailand has climbed from 27th place in 2015 to 24th in the world's best meeting destinations. More importantly, Thailand has claimed the top spot in ASEAN and ranks fifth in Asia-Pacific.

In terms of the ICCA city rankings, Bangkok and key MICE Cities such as Chiang Mai and Phuket have also moved up.

This success is the result of the close collaboration of all stakeholders and their dedication to driving Thailand forward. Another reason to be proud is that the Professional Convention Management Association held the PCMA Global Professionals Conference Asia Pacific 2017 for the first time in Thailand and Asia. The event took place in late August, offering Thailand a great opportunity to build networking with professional associations in the North America.

Thailand's trade show industry has also enjoyed a significant development in the global arena. Notably, VNU Exhibitions Asia Pacific Co., Ltd., the organiser of Thailand Lab International 2017 (international exhibition and conference of instruments, technology and innovation in laboratories and medicine) – a trade show supported by the TCEB as part of the third edition of ASEAN Rising Trade Show project – is among the three finalists for the UFI Marketing Award 2017. This clearly proves that Thailand trade shows have been upgraded to the international level.

Meanwhile, the TCEB upgraded the fourth edition of the Thailand Domestic MICE Mart held in KhonKaen in late July. The event expanded collaboration with MICE suppliers in KhonKaen and nearby provinces to create more business opportunities in the Northeastern region.

The TCEB also encouraged MICE operators to adopt the Smart MICE model and demonstrated its efficacy by applying mobile application technology to various aspects of the event.

A Digital Sales Kit with 360-degree Virtual Reality is another new initiative to promote Thailand's MICE industry starting with the presentation of 8 world-class MICE event venues in the country. The Digital Sales Kit underlines the potential and readiness of the venues to accommodate all types of global MICE events.

Readers can discover the 360-degree Virtual Reality Digital Sales Kit at www.businesseventsthailand.com/360virtualtour or scan the QR code of each venue.

As the state agency responsible for the MICE industry, the TCEB is determined to strengthen MICE entrepreneurs in various dimensions. In addition, the bureau is developing innovations in digital media, which will become a key communications channel in the future.

Thank you very much.

Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya
President
Thailand Convention & Exhibition Bureau
(Public Organisation)

จัดทริปสื่อต่างประเทศเยือน พัทยา-หัวหิน-กรุงเทพฯ ดันไมซ์หนุนไทยแลนด์ 4.0 และระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก โชว์ศักยภาพจุดหมายปลายทางแห่ง Bleisure

ทีเส็บ เดินหน้ากลยุทธ์สื่อสารรุกตลาดไมซ์ต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ล่าสุด จับมือสำนักงานเพื่อการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ อีอีซี บริษัท ท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน) และ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในทริปสื่อมวลชนต่างประเทศสัญจรประจำปี International Media Familiarisation Trip (IMFT2017) ภายใต้ธีม CONNECT Thailand: The Kingdom of Bleisure ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ควบคู่การพัฒนาประเทศตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0 และการพัฒนาศูนย์กลางการค้าการลงทุนใหม่

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์ รองผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ ทีเส็บ เปิดเผยว่า นอกจากกรุงเทพมหานคร ทีเส็บ เล็งเห็นถึงศักยภาพการเติบโตของภาคธุรกิจและกิจกรรมที่เกี่ยวกับไมซ์ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งรัฐบาลกำลังพัฒนาศูนย์กลางการเติบโตทางเศรษฐกิจใหม่ โดยเริ่มจากการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งครอบคลุมพื้นที่จังหวัดระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา พร้อมทั้งเร่งความพร้อมของพื้นที่ด้วยการสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนในทุกด้าน และมีเป้าหมายให้เป็นศูนย์กลางสำคัญด้านการค้า การลงทุน และการขนส่งในภูมิภาค รวมถึงการเป็นประตูเชิงยุทธศาสตร์สำหรับเอเชีย

ดังนั้น ทีเส็บ ด้วยความร่วมมือจากหน่วยงานพันธมิตรหลัก ได้จัดกิจกรรมส่ง

เสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศไทย International Media Familiarisation Trip (IMFT2017) ระหว่างวันที่ 15-19 สิงหาคมที่ผ่านมา โดยเชิญผู้สื่อข่าวต่างประเทศ 35 สำนักข่าวจาก 16 ประเทศ มาสัมผัสศักยภาพของเมืองพัทยา หัวหิน และกรุงเทพฯ นำเสนอประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางชั้นนำของการจัดงานไมซ์ซึ่งเพียบพร้อมด้วยกิจกรรมพักผ่อนที่สร้างความประทับใจแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์

ทีเส็บต้องการให้กลุ่มสื่อมวลชนต่างประเทศมีประสบการณ์ตรงและมุมมองต่อประเทศไทยทั้งมาตรฐานของสถานที่พัก สถานที่จัดกิจกรรม จุดเด่นทางวัฒนธรรม อาหารไทย และกิจกรรมเพื่อสังคม ที่ทำให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายการจัดงานที่มีความหมายและน่าจดจำได้เป็นอย่างดี

นางศุภวรรณ กล่าวว่า ทีเส็บนำเสนอจุดแข็งของพัทยาที่เป็นเมืองธุรกิจและการพักผ่อน ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตจากโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ อีอีซี เพื่อให้เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์การลงทุนในภูมิภาคอาเซียน โดยมีการคาดการณ์เม็ดเงินลงทุนในพื้นที่ดังกล่าวสูงถึง 1.505 ล้านล้านบาท ในช่วงระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า

นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาโครงการระดับใหญ่หลายโครงการ อาทิ การยกระดับสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา และท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง โครงการพัฒนารถไฟความเร็วสูง โครงการพัฒนาโครงข่ายด้านคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึงการจูงใจนักลงทุนด้วยมาตรการทางภาษี เพื่อส่งเสริมให้ อีอีซี เป็นฐานของ 10 อุตสาหกรรมแห่งอนาคตตามเป้าหมายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งโครงการทั้งหมดนี้จะส่งผลดีต่อพัทยาในการเป็นจุดหมายของนักธุรกิจและนักเดินทางกลุ่มไมซ์

ปัจจุบัน พัทยามีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดงานเชิงธุรกิจ เช่น ศูนย์การแสดงนิทรรศการนานาชาติ สถานที่จัดงานประชุมสัมมนาที่มีให้เลือกหลากหลาย โรงแรมห้องพักหลายระดับ แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลยอดนิยม และแหล่งกิจกรรมผ่อนคลายสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยโครงการที่เกิดขึ้นใหม่ในพัทยา อาทิ ศูนย์การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติแห่งใหม่ที่สวนนงนุช พร้อมหอประชุมขนาดใหญ่ รองรับผู้เข้าร่วมสัมมนาได้เป็นจำนวนมาก คานโชว์ (KANN Show) ซึ่งเป็นการแสดงไลฟ์โชว์โดยประยุกต์เรื่องราวจากวรรณคดีไทย และ เฮลท์แลนด์ สปา พัทยา (Health Land Spa Pattaya) ซึ่งเป็นหนึ่งในด้านการนวดและสปาในระดับภูมิภาค และยังสามารถรองรับการบริการนักเดินทางกลุ่มไมซ์ขนาดใหญ่ได้อีกด้วย

สำหรับหัวหิน ปัจจุบันสามารถเชื่อมโยงกับเมืองพัทยาด้วยบริการเรือเฟอร์รี่ข้ามอ่าวไทยในเวลาเดินทางเพียง 2 ชั่วโมง หัวหินยังคงเป็นเมืองชายทะเลที่มีมนต์เสน่ห์และยังเป็นจุดหมายยอดนิยมของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ตอบโจทย์ในการจัดกิจกรรมด้านไมซ์ ซึ่งเน้นความหรูหรา และความหลากหลายของกิจกรรม

หัวหินมีโรงแรมระดับห้าดาวหลากหลายแบรนด์ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านไมซ์ที่ครบครัน อาทิ สนามกอล์ฟ บริการสปาระดับหรู ห้องพัก และสถานที่จัดงานมาตรฐานระดับโลก นอกจากนี้ โครงการพัฒนารถไฟความเร็วสูง กรุงเทพฯ-หัวหิน จะส่งผลต่อการขยายตัวของกิจกรรมไมซ์ของหัวหินในอนาคต

ส่วนกรุงเทพมหานคร หนึ่งในเมืองหลวงยอดนิยมของเอเชีย สามารถตอบสนองทุกความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยกรุงเทพฯ ถือเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยมีศูนย์การประชุมและนิทรรศการระดับโลก โรงแรมหลากหลายระดับ แหล่งช้อปปิ้งชั้นนำ ร้านอาหารชั้นดี สิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวและบันเทิงมากมาย

ขณะนี้ มีโครงการขยายระบบขนส่งมวลชนหลายเส้นทางในกรุงเทพมหานครเพื่อเพิ่มความสะดวกแก่การเดินทางและการผนึกกำลังของ 3 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ในย่านสยาม-ปทุมวัน ได้แก่ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) บริษัทสยามพิวรรธน์ จำกัด และกลุ่มธุรกิจสยามสแควร์ได้ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มพลังสยาม (Siam Synergy) ขึ้นเพื่อร่วมกันพัฒนาและผลักดันให้ย่านนี้เป็นจุดศูนย์รวมไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายครบทุกมิติ แห่งหนึ่งของโลก

นางศุภวรรณ กล่าวเพิ่มเติมว่า ทีเส็บ พัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาประเทศในภาพรวม โดยมุ่งหวังให้กิจกรรมด้านไมซ์เป็นกลไกในการกระจายรายได้ผ่านอุตสาหกรรมไมซ์สู่ภูมิภาค สร้างความแข็งแกร่งและยั่งยืนให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ

ทั้งนี้ ทีเส็บ เดินหน้าสร้างเครือข่ายร่วมกับภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยใช้แคมเปญสื่อสารทางการตลาดเพื่อดึงดูดให้องค์กรต่างๆ มาจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย ซึ่งนำเสนอจุดเด่นของประเทศไทย ใน 3 ด้าน ได้แก่ โอกาสทางธุรกิจที่เปิดกว้าง ความหลากหลายของสถานที่และจุดหมายในการจัดกิจกรรมไมซ์ รวมถึงความมีเอกลักษณ์และความเป็นมืออาชีพของบุคลากรของไทย ที่สามารถรองรับการจัดงานกิจกรรมไมซ์ระดับโลก โดยองค์ประกอบเหล่านี้ เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นสวรรค์แห่งการจัดงานเชิงธุรกิจและการพักผ่อนอย่างแท้จริง

IMFT2017
INTERNATIONAL MEDIA FAMILIARISATION TRIP
THE KINGDOM OF BLEISURE

IMFT 2017 VISITS PATTAYA-HUA HIN-BANGKOK BOOSTING MICE TO DRIVE THAILAND 4.0 AND EEC

TCEB is speeding up its communications campaign to expand MICE in international markets. In this regard, the bureau recently joined with the Eastern Economic Corridor Office of Thailand (EEC), Airports of Thailand PLC., and Thai Airways International PLC., in organising an International Media Familiarisation Trip (IMFT2017) on the theme "CONNECT Thailand: The Kingdom of Bleisure". The aim was to promote the MICE industry in parallel with the Thailand 4.0 model and the government's policy to develop new trade and investment hubs.

Mrs. Supawan Teerarat, Vice President of TCEB's Strategic and Business Development, said the bureau envisions the potential for growth of the business sector and MICE in the special economic zones as well as in Bangkok. These SEZs are being developed into new growth hubs by the government starting with the Eastern Economic Corridor (EEC), which covers Rayong, Chonburi and Chachoengsao provinces.

The government is also aiming to accelerate the area's readiness to support all aspects of investment and economic growth in anticipation of the EEC becoming an important centre for trade, investment, regional transportation, and a strategic gateway to Asia.

The TCEB therefore teamed up with key strategic partners to arrange the IMFT2017 from August 15-19, 2017. Thirty-five international media representatives from 16 countries were invited to visit and experience first-hand the capacities of Pattaya, Hua Hin and Bangkok. The event was designed to demonstrate Thailand as a perfect setting for business-leisure harmony that can impress MICE travellers.

"The TCEB wanted the international media to gain first-hand experience and a perspective of Thailand including accommodation

standards, event venues, outstanding culture, Thai food and corporate social responsibility activities, all of which help MICE travellers choose Thailand as a preferred destination for meaningful and unforgettable events," Mrs. Supawan said.

She added that the bureau introduced Pattaya as a world-class popular city for business and leisure. Driven by the EEC project, Pattaya continues to grow and is aiming to develop the area as a strategic location for investment in ASEAN. The EEC project is expected to require a total investment of 1.505 trillion baht over the next five years.

Mega infrastructure projects are also planned, among them the development of U-Tapao International Airport, Laem Chabang Deep Sea Port, a high-speed train system, Infrastructure and transportation network and other facilities. As an added bonus, the government is offering tax incentives to promote the EEC as a production base for the targeted 10 future industries in line with the goals of Thailand 4.0. All these projects will enhance Pattaya and turn it into a premier destination for business travellers.

Pattaya is today home to a world-class multi-purpose convention facility, myriad meeting venues, hotels, seaside attractions and bleisure activities. New facilities in Pattaya include the Nongnooch International Convention and Exhibition Centre, which boasts a large auditorium capable of serving a sizeable group of seminar delegates, the KANN Show – a live cinematic experience inspired by Thai literature, and Health Land Spa Pattaya, one of the leading massage and spa centres in the region and also be able to accommodate the large-sized incentive groups.

Hua Hin and Pattaya are conveniently linked through by a two-hour ferry ride across the Gulf of Thailand. Hua Hin is a fascinating resort town and a popular destination with Thai and foreign tourists and is well suited to exclusive and luxury activities.

The city is home to several luxury hotel chains and facilities for MICE events including golf courses, luxury spas, hotels & resorts, and world-class event venues. A high-speed train project between Bangkok and Hua Hin is planned, which will further boost Hua Hin's MICE activities in the future.

For its part, Bangkok is one of the Asian capitals that meets all MICE travellers' needs. Bangkok is a hub of Thailand's MICE industry and offers an abundance of world-class convention and exhibition centres, a selection of accommodation, leading shopping centres, fine dining, facilities, tourist attractions and entertainment options.

Bangkok is currently expanding its mass transit system routes to improve travel convenience within the city. Moreover, a historic collaboration between the three leading retailers in Siam-Pathumwan area, namely MBK PCL., Siam Piwat Co., Ltd., and the Siam Square Business Group, has seen the establishment Siam Synergy, which is designed to develop and propel Siam District into a hub for world-class shopping, art and culture and entertainment.

Mrs. Supawan added that the TCEB's development strategy is in line with the country's development plan. The MICE industry aims to serve as a mechanism for income distribution through MICE events in the region, creating a strong and sustainable economy.

The TCEB is also gearing up to build strategic networks with various industrial sectors inside and outside the country. The communications campaign will be used to attract corporate bodies and organisations to hold business events in Thailand. The international communications campaign showcases the fundamental pillars of the Thai MICE industry, namely: Myriad Business Opportunities, Diverse Destinations, and the People of Thailand, a perfect mix that makes Thailand the leading destination for the Bleisure travellers.

PCMA ประเดิมจัดประชุมครั้งแรกในประเทศไทย ขยายโอกาสสมาคมวิชาชีพสู่เอเชีย

สมาคมวิชาชีพการจัดประชุมนานาชาติ (Professional Convention Management Association) หรือ PCMA เล็งเสริมสร้างเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ผู้บริหารระดับสูงในเอเชีย ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญมากสำหรับการจัดกิจกรรมเชิงธุรกิจ พร้อมทั้งจัดประชุม PCMA Global Professionals Conference Asia Pacific 2017 เป็นครั้งแรกในประเทศไทยและเอเชีย เชื่อมโยงเครือข่ายผู้บริหารระดับสูงของสมาคมวิชาชีพต่างๆ และขยายโอกาสทางธุรกิจในเอเชียผ่านเวทีแลกเปลี่ยนความรู้

PCMA Global Professionals Conference Asia Pacific 2017 จัดขึ้น ณ กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 28-31 สิงหาคม โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม 60 คน จากสมาคมวิชาชีพต่างๆ บริษัทจัดการบริหารสมาคม และผู้วางแผนการประชุม

นางสาวเดโบราห์ เซ็กซ์ตัน PCMA President & CEO เปิดเผยว่า ในเอเชีย ประเทศไทยถือเป็นเป้าหมายอันดับแรกของ PCMA ในการจัดการประชุม เพราะสมาชิกมีความสนใจถึงโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งถือเป็นโอกาสที่พิเศษในการจัดประชุมขึ้นในครั้งนี้

PCMA เป็นเวทีด้านความรู้อย่างแท้จริงที่สร้างแรงบันดาลใจ เชื่อมความสัมพันธ์ และสร้างสรรค์กลุ่มธุรกิจการจัดประชุมผ่านเครือข่ายผู้บริหารระดับสูงและโอกาสด้านองค์ความรู้

“ทุกวันนี้มีความต้องการการจัดกิจกรรมเชิงธุรกิจเป็นจำนวนมาก และมีสภาพการแข่งขันสูง ซึ่งงานของ PCMA คือการทำให้เกิดความแน่ใจและถูกต้องจริงๆ ว่า อะไรที่สมาชิกสามารถทำได้ และเชื่อมโยงกับผู้บริหารองค์กรเมื่อเขามายังภูมิภาคนี้ ดังนั้น ผู้เข้าร่วมประชุมจึงมีความสามารถที่จะเชื่อมเครือข่ายในระดับสูงของภูมิภาค ซึ่งดิฉันคิดว่า มันเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง” นางสาวเดโบราห์ กล่าว

เมื่อถามถึงช่องว่างทางด้านวัฒนธรรมระหว่างอเมริกาเหนือกับเอเชีย นางสาวเดโบราห์ กล่าวว่า ผู้เข้าร่วมประชุมต่างต้องการมายังภูมิภาคนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และร่วมกันสร้างวิธีที่จะทำให้เกิดบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมที่ดีที่สุด ซึ่งกำลังเกิดขึ้นในแต่ละภูมิภาค รวมถึงวิธีที่ดีที่สุดในการรวมเอาเรื่องวัฒนธรรมเข้าไปในการประชุมด้วย

นางสาวแมรี่ แพท เฮฟแมน - PCMA Chair of Board of Directors กล่าวเพิ่มเติมว่า หากมองย้อนไป 10 ปีที่ผ่านมา ประมาณร้อยละ 40 ของสมาชิกทั้งหมดจะทำธุรกิจระหว่างประเทศ แต่ปัจจุบันเพิ่มขึ้นมาเป็นร้อยละ 80 ซึ่งสิ่งสำคัญคือ ผู้จัดการประชุมในอเมริกาเหนือ และนักวางกลยุทธ์การจัดงานได้เรียนรู้ถึงพื้นที่ที่มีโอกาสในการจัดประชุมและร่วมมือกับอุตสาหกรรมในพื้นที่นั้นๆ

นางสาวเดโบราห์ ยังกล่าวอีกว่า การเข้าบริหารสมาคมด้านการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งตั้งอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ (Singapore-based ICESAP (the Incentive, Conference and Event Society Asia Pacific) ได้ทำให้ PCMA ขยายบทบาทเข้ามายังตลาดองค์กรในเอเชียมากขึ้น เธอเชื่อว่า ทั้งสองสมาคมและตลาดองค์กรสามารถเรียนรู้ซึ่งกันและกันในเวทีผู้บริหารระดับสูง ดังนั้น PCMA ต้องการนำสองสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างความรู้และความสัมพันธ์ให้เรียนรู้ที่จะทำให้การจัดกิจกรรมเชิงธุรกิจเป็นไปอย่างมีคุณภาพ

นอกจากนี้ นางสาวเดโบราห์ ให้ความเห็นถึงแนวโน้มการจัดประชุมแบบดิจิตอลว่า เมื่อประมาณ 6 ปีที่แล้วเมื่อการประชุมแบบไฮบริดและดิจิตอลเข้ามามีบทบาท ทุกคนก็เห็นคล้อยกันว่ามันกำลังจะทำลายการจัดงานที่คนมาพบเจอกัน จะไม่มีการประชุมแบบเดิมอีกต่อไป และทุกสิ่งทุกอย่างจะกลายเป็นออนไลน์หมด

“เฉพาะปีนี้ มีคนเข้าถึง PCMA ผ่านช่องทางออนไลน์ถึง 1,900 คน

ซึ่งในจำนวนนี้ 1,600 คน ใช้เวลาในการสื่อสารออนไลน์นาน 6-8 ชั่วโมงตลอด 6 ปีที่เราติดตามดูและเห็นใน 2 เรื่อง คือ เราเห็นคนจำนวนมากกำลังเข้ามาสู่กิจกรรมที่มาพบเจอกันเมื่อพวกเขาซึ่งไม่ได้เป็นสมาชิกได้รับประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนความรู้ สิ่งสำคัญกว่านั้นก็คือ เรากำลังดูว่าพวกเขาเข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กรเราอย่างไร โดยร้อยละ 68 ของคนที่เข้าถึงทางออนไลน์เป็นกลุ่มคนที่ไม่ได้เป็นสมาชิก นี่เป็นโอกาสของพวกเราที่จะบอกว่า PCMA เกี่ยวกับอะไร และเราต้องการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนเหล่านี้”

PCMA จัดกิจกรรมในรูปแบบดิจิตอลและทำให้มันเป็นประโยชน์ รวมถึงขับเคลื่อนการประชุมแบบเผชิญหน้าและการมีส่วนร่วมในการพูดคุย นี่เป็นแนวโน้มที่เติบโตมากในอุตสาหกรรมนี้ เธอคิดว่า ถ้าบริหารได้อย่างเหมาะสมมันก็จะเสริมสร้างการประชุมแบบเผชิญหน้า ดิจิตอลจะทำให้แบรนด์ไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่อาจไม่สามารถมาเจอหน้ากันได้

ปัจจุบัน โซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างไม่น่าเชื่อที่ทำให้ผู้คนคึกคักและได้รับข้อความที่ออกมา หรือตื่นเต้นกับกิจกรรมแบบเห็นหน้าตากัน หรือแม้แต่ความรู้ที่คุณอาจผลิตขึ้นมา ซึ่งคนอื่นๆต้องการเชื่อมการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางนี้เป็นอย่างมาก

ถึงกระนั้น เธอให้ความคิดเห็นว่า สื่อสิ่งพิมพ์ก็ไม่ล้มหายตายจากไป หลายคนยังคงต้องการถือสิ่งพิมพ์และอ่านมันอยู่ มันจะไม่ล่มสลายไปชั่วข้ามคืน แต่คนกำลังรวบรวมข้อมูลข่าวสารในรูปแบบที่แตกต่างกัน ในฐานะเป็นองค์กร ถ้าเราไม่มีช่องทางในการเข้าถึงพวกเขา เรากำลังทำผิดพลาดเพราะนั่นคืออนาคต เราต้องทำให้การติดต่อสื่อสารง่ายดาย

ขณะเดียวกัน นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการ ทีเส็บ ในฐานะเป็นเจ้าภาพในการจัดการประชุมครั้งนี้ กล่าวว่า อุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติมีความสำคัญมาก สร้างรายได้ถึงร้อยละ 30 ของอุตสาหกรรมไมซ์โดยรวม และเป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในสาขาวิชาชีพต่างๆ

ปีที่แล้ว ประเทศไทยได้เลื่อนการจัดอันดับจาก 27 มาอยู่อันดับที่ 24 ของประเทศที่มีการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุดในโลก จากการจัดอันดับของ International Congress and Convention Association หรือ ICCA ทั้งนี้ ทีเส็บ คาดหวังว่า อุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติปีนี้จะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศสูงถึง 30,000 ล้านบาท

pcma
Professional Convention Management Association

PCMA HOLDS FIRST MEETING IN THAILAND EXPANDS PROFESSIONAL CONVENTION TO ASIA

The Chicago-based PCMA (Professional Convention Management Association) is working to strengthen its educational platform of high-level professionals in Asia, which is a critical region for business events. In this context, PCMA held the PCMA Global Professionals Conference Asia Pacific 2017 for the first time in Thailand and Asia, connecting senior level networking among professional conventions and expanding business event opportunities through an educational exchange panel.

The PCMA Global Professionals Conference Asia Pacific 2017 was held in Bangkok during August 28-31, 2017, and welcomed 60 selected delegates from professional associations, Association Management Companies (AMC) and meeting planners.

Ms Deborah Sexton, PCMA's president and CEO, said that Thailand has always been at the very top of its Asia focus, adding that its members are interested in pursuing business opportunities in the country. "This is a wonderful opportunity for us to bring this group together," she said.

PCMA uses education to inspire, connect and innovate the business events community through senior level networking and educational opportunities.

"There are big demands on business events today. It is a very competitive environment, as we all know. Our job is to make sure precisely what our members are able to do and give them the opportunity to connect with all of you when they come to this region. This gives them the ability to be connected in this region at a very high level, which I think it is terribly important," Sexton said.

Asked about gaps in cultural understandings, Sexton said that participants needed to come to the region to gain such an understanding and work together on how best to build on the cultural norms of a specific region and how to incorporate these in any meetings.

Ms Mary Pat Helftman, chair of PCMA's Board of Directors, observed that 10 years ago, about 40 per cent of members conducted business internationally and that this had now risen to almost 80 per cent. This demonstrates that North American players and event strategists are learning where there are opportunities to arrange meetings and

collaborate with the industry.

Sexton noted that that the recent acquisition of Singapore-based ICESAP (the Incentive, Conference and Event Society Asia Pacific) is exposing PCMA to a much larger corporate market in Asia. She believes that both associations and the corporate market can learn from each another at a high level. For this reason, PCMA wanted to bring both of communities together in an education and relationship-building context that would allow a learning exchange on delivering quality business events.

Sexton added that six years ago when the trend for digital and hybrid meetings first surfaced, everyone was convinced these would destroy face-to-face events, taking them to the point of extinction and pushing all meetings online.

This year alone, we have 1,900 people online. Of these 1,600 are online for more than six to eight hours, which is a long time. We have been tracking the trends for six years and we see two things. First that many people are coming to our face-to-face events once they've experienced as a non-member the type of education being shared. More importantly, we are also watching how they engage with our organisation and have noted that 68 per cent of people that come online are non-members. This is our opportunity to say what PCMA is about and we want to share that.

We have taken the digital event and made it our asset, one that drives our face-to-face events and oral engagement. I think that if it is managed properly, it builds the face-to-face event, it does not distract from it. And it also brings your brand to an audience that may not be able to come to the face to face.

Social media are an incredible channel to get messages out about what transpires in your face-to-face event and other education you might be producing so it is important to stay connected. Print is not going to go away. Many of us still want to hold our publications and read them. It is not going away overnight but people are gathering their information in many different ways. If we as an organisation do not provide access for them to connect with us when they want and where they want, we are making a big mistake because that is the future. We have to make it easy.

Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, president of Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB), which hosted the event, also believes that the convention industry is very important. Last year, Thailand significantly improved its ranking from the 27th to 24th in the world rankings by ICCA (International Congress and Convention Association - ICCA) in the category of country rankings for the international meetings. The bureau expects that the convention sector this year will generate Bt30 billion in revenue to the country.

เผยงานเทรดโชว์ไทยขึ้นแท่นแผนตลาดยอดเยี่ยมระดับโลก

หลังจากทีเส็บดำเนินโครงการ ASEAN Rising Trade Show (ART) ตลอดระยะเวลา 3 ปี (2558 - 2560) ภายใต้ 3 กลยุทธ์หลักคือ การยกระดับงานแสดงสินค้านานาชาติ การสนับสนุนด้านการเงินเพื่อการดำเนินงานด้านการตลาด และการขยายขอบเขตความร่วมมือเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้ส่งผลให้จำนวนนักธุรกิจเข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ซื้อกลุ่มเป้าหมายหลักในภูมิภาคเอเชีย

นอกจากนี้ ทีเส็บยังได้สนับสนุนผู้จัดงานให้เข้าร่วมโครงการประกวดแผนการตลาดงานนิทรรศการระดับโลกของสมาคมอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าโลก หรือ UFI Marketing Awards สำหรับปีนี้ บริษัท วีเอ็นยู เอ็กซิบิชั่นส์ เอเชีย แปซิฟิค จำกัด ผู้จัดงาน ไทยแลนด์ แล็บ อินเตอร์เนชั่นแนล 2017 (Thailand Lab International 2017) ติด 1 ใน 3 งานที่เข้ารอบสุดท้าย และเป็นงานเดียวจากเอเชีย ภายใต้แนวคิดความสำเร็จจากธุรกิจที่ทำให้ผู้จัดงานมีบทบาทเป็นผู้เชี่ยวชาญที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมการแสดงสินค้า

ผลจากการจัดงานไทยแลนด์ แล็บ อินเตอร์เนชั่นแนล 2017 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 6-8 กันยายน ณ ไบเทค กรุงเทพฯ ปรากฏว่า มีผู้เข้าชมงานกว่า 9,165 ราย จาก 60 ประเทศ เติบโตจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 34 โดยเฉพาะผู้ซื้อหลักจากภูมิภาคเอเชีย สอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยมีการนำเทคโนโลยีล่าสุดและเครื่องมือที่น่าสนใจจาก 330 บริษัทชั้นนำจาก 30 ประเทศ

นอกจากนี้ ยังเป็นเวทีเจรจาทางการค้า กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยคาดว่า จะมีการเจรจาธุรกิจระหว่างงานและหลังงาน 6 เดือน เป็นมูลค่าประมาณ 10% ของตลาดรวมของเครื่องมือห้องปฏิบัติการที่มีมูลค่า 40,000-60,000 ล้านบาท

ทั้งนี้ คุณธีรยุทธ์ ลีลาขจรกิจ ผู้อำนวยการสายงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี บริษัท วีเอ็นยู เอ็กซิบิชั่นส์ เอเชีย แปซิฟิค จำกัด ได้เปิดเผยถึงเบื้องหลังของความสำเร็จครั้งสำคัญที่ทำให้เป็นที่ยอมรับในวงการอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าระดับโลก

Q อะไรที่ถือเป็นวิวัฒนาการสำคัญที่ทำให้ วีเอ็นยู เป็นหนึ่งในสามบริษัทที่เข้ารอบสุดท้ายสำหรับโครงการ UFI Marketing Award 2017

A เราคาดว่าเหตุผลที่ทำให้วีเอ็นยูเข้ารอบสุดท้ายคงเป็นเพราะแนวทางในการพัฒนาเทรดโชว์ที่กระตุ้นอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ยังทำการตลาดได้ไม่เต็มที่และมีปัจจัยที่ไม่เอื้ออำนวยธุรกิจเป็นอันมาก อีกเหตุผลก็คือ เราสามารถวางกลยุทธ์ในการยกระดับงานแสดงสินค้าในประเทศไปสู่งานระดับภูมิภาค

Q วีเอ็นยู คิดว่าได้ประโยชน์อย่างไรบ้างจากการเข้าร่วมโครงการ UFI Marketing Award 2017

A โครงการประกวดแผนการตลาดงานนิทรรศการระดับโลกของ UFI ทำให้เราตระหนักถึงการใช้ประโยชน์และการปรับตัวการใช้เครื่องทางการตลาดสำหรับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า ปัจจุบันการตลาดงานเทรดโชว์ก้าวไปไกลเกินกว่าที่เราถกกันเกี่ยวกับออนไลน์หรือออฟไลน์ การส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อโฆษณา (above-the-line) หรือ การส่งเสริมการตลาดโดยไม่ผ่านสื่อโฆษณา (below-the-line) โซเชียลมีเดีย หรือ สื่อแบบเก่าแต่ได้พัฒนาไปสู่รูปแบบใหม่ ทำอย่างไรจึงจะจัดการและผนวกความชื่นชอบและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายเข้ากับสไตล์การสื่อสารแบบใหม่

Q ทีเส็บ ให้การสนับสนุนผู้จัดงานแสดงสินค้าในการเข้าร่วมโครงการประกวดในด้านใดบ้าง

A ทีเส็บให้การสนับสนุนมากมาย ทั้งแนวคิด การอบรม การจัดหาโคชชิ่งด้านการทำพรีเซ็นต์ ค่าตั๋วเครื่องบิน และที่พักเป็นต้น ทางวีเอ็นยูประทับใจมากกับการช่วยเหลือโดยทีมงานแผนกการตลาดงานแสดงสินค้าของทีเส็บที่ได้ส่งเสริมให้เราเสนอแผนและทำงานงานอย่างเป็นระบบจนทำให้งานไทยแลนด์แล็บผ่านเข้ารอบสุดท้าย

Q มีจุดเด่นอะไรบ้างที่สะท้อนถึงความสำเร็จในการจัดงาน ไทยแลนด์ แล็บ อินเตอร์เนชั่นแนล 2017

A งานไทยแลนด์แล็บยังคงต้องการพัฒนาให้ดีขึ้นในทุกๆปี ที่สำคัญคือการเปิดรับคำแนะนำจากผู้นำในอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาที่ชัดเจนและความแข็งแกร่งของงานก็คือ การสร้างคอนเทนต์ และนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามามีบทบาทในการจัดแสดงในงานแต่ละปีเราสามารถทำให้งานเทรดโชว์เป็นเวทีความรู้และเทคโนโลยีระดับภูมิภาค โดยมีผู้เข้าชมงานจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี

Q วีเอ็นยู ได้ประโยชน์อย่างไรบ้างจากการเข้าร่วมโครงการ ASEAN Rising Trade Show

A แคมเปญ ASEAN Rising Trade Show หรือ ART ที่ดำเนินงานโดยทีเส็บ ส่งผลให้งานไทยแลนด์แล็บเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่านที่สำคัญยิ่งจากงานภายในประเทศกลายเป็นหนึ่งในงานแสดงสินค้าชั้นนำในอาเซียนเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องมือห้องปฏิบัติการนานาชาติ โครงการ ART เปิดโอกาสให้งานที่เติบโตในประเทศได้ก้าวไปสู่งานระดับนานาชาติ และจัดทำกลยุทธ์ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เราสามารถเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมงานจากต่างประเทศ ในขณะที่ผู้ซื้อก็เติบโตอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเพิ่มพูนความรู้ในการจัดทำแคมเปญการตลาดต่างประเทศโดยได้รับคำแนะนำและการประสานที่ดีจากทีมงานทีเส็บ

Q วีเอ็นยู มีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดอย่างไร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของการแสดงสินค้า รวมทั้งงาน Thailand LAB INTERNATIONAL

A เรามีการพัฒนางานเทรดโชว์อย่างต่อเนื่อง สำหรับงานไทยแลนด์แล็บ เราจะพัฒนาทั้งโปรไฟล์งานและคุณภาพของผู้เข้าร่วมงานให้มากขึ้นเพื่อขยายตลาดต่อไป นอกจากนี้ เราจะเพิ่มคอนเทนต์ใหม่ๆ และดึงอุตสาหกรรมและผู้เข้าชมงานในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น

Q มีปัจจัยบวกอะไรบ้างที่หนุนให้ธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยี เครื่องมือและบริการสำหรับห้องแล็บทางวิทยาศาสตร์ มีแนวโน้มเติบโต

A นโยบายไทยแลนด์ 4.0 กำลังขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นโยบายดังกล่าวกำลังจะเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศเป็นฐานการวิจัย และพัฒนาที่กระตุ้นการลงทุนด้านอุปกรณ์ห้องปฏิบัติการสำหรับทุกอุตสาหกรรม และยกระดับการพัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์ที่ก้าวหน้ามากขึ้นในประเทศไทย โดยคาดว่า ตลาดเครื่องมือห้องปฏิบัติการและวิทยาศาสตร์ปีนี้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-15

Q วีเอ็นยู มีเป้าหมายในการยกระดับการจัดงานและพัฒนางานต่อไปอย่างไร

A เราจะสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ และคุณภาพงานไทยแลนด์แล็บเพิ่มขึ้นอีก โดยในปีหน้าเราจะจัดงานครั้งที่ 8 ระหว่างวันที่ 12-14 กันยายน 2561 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค เพื่อให้เป็นอีกตลาดซื้อขายสำหรับเครื่องห้องปฏิบัติการและวิทยาศาสตร์แห่งเอเชีย

Q สุดท้ายนี้ อยากฝากอะไรถึงผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยท่านอื่นๆ บ้าง

A เราอยากร่วมมือกับทีเส็บเพื่อกระตุ้นให้ผู้จัดงานพัฒนาการจัดงานเทรดโชว์และเพิ่มศักยภาพของประเทศ อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้ามีบทบาทสำคัญไม่เพียงแต่ส่งเสริมอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นเวทีสำหรับประเทศ และคนไทยที่จะได้ความรู้และสัมผัสเทคโนโลยีใหม่ๆ อีกด้วย

การเริ่มต้นจัดงานแสดงสินค้า ผู้จัดงานต้องการการสนับสนุน ความมุมานะพยายาม และการเข้าถึงอุตสาหกรรมนั้นๆ เราขอแนะนำผู้จัดงานให้ปรึกษากับหน่วยงานภาครัฐอย่างทีเส็บ เมื่อต้องการเปิดตัวงานเทรดโชว์ใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูลการตลาดเชิงลึก เนื้อหาในประเทศที่ชัดเจน และความสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

THAILAND TRADE SHOW SHINES AT WORLD'S BEST MARKETING STAGE

Launched by TCEB three years ago with the aim of upgrading international exhibitions, providing financial support for marketing activities, and expanding collaboration in preparation for the ASEAN Economic Community, the ASEAN Rising Trade Show (ART) campaign has proved very successful in boosting the numbers of business travellers visiting the participating trade shows, particularly in attracting target buyers in Asia.

The bureau has also supported organisers in participating in the UFI Marketing Award. This year, VNU Exhibitions Asia Pacific Co., Ltd., the organiser of Thailand Lab International 2017, was one of the finalists in the UFI Market Award, which was designed to recognise outstanding success stories from businesses that have built on their role of event organisers to become valued exhibition industry experts.

The Thailand Lab International 2017, which took place from September 6-8 at BITEC Bangna, Bangkok, welcomed more than 9,165 visitors from 60 countries, an increase of 34 per cent over the previous year and notably attracted many key buyers from Asia. In line with the Thailand 4.0 policy, the event showcased the latest technology and instruments for industrial laboratories from 330 leading firms in 30 countries.

The event also served as a platform for trade negotiations and economic stimulation. It is expected that business transactions during the 6 months after the show will account for 10 per cent of the total laboratory instruments market value of Bt40-Bt60 billion.

Mr. Teerayuth Leelakojornkij, Director, Science & Technology Business Unit, VNU Exhibitions Asia Pacific spoke about the success of its trade show and its recognition by the global exhibition industry.

Q What made VNU one of the finalists for the UFI Marketing Award 2017?

A I guess one of reasons we qualified among the 3 UFI finalists is the way in which we have developed the tradeshow to stimulate the industry, which does not enjoy a fully developed market and faces several unfavorable factors. Another reason was our success in designing strategies to transform a local show into a regional show.

Q What benefits do you expect to gain from participating in the competition?

A The UFI Marketing Award allows us to fully realise the adoption and adaptation of the marketing tools in the exhibition business. Exhibition marketing now goes beyond discussions of on- or off-line, below or above the line and social media versus traditional media. It has moved towards a new package that focuses on how to arrange and integrate target preferences and lifestyles with new style of communication.

Q What support did you get from the TCEB to participate in the competition?

A TCEB provides tremendous support including ideas, coaching sessions, airfares and accommodation. I am personally very impressed by the Exhibition Marketing Department staff, which encouraged us to submit the plan and work systematically to make Thailand LAB qualify among the 3 finalists in UFI Marketing Award in 2017.

Q Can you describe the highlights that best reflect the success of the show?

A We are well aware that Thailand LAB INTERNATIONAL needs improvement and suggestions from industry leaders. That said, our obvious strength is creating new content and bringing in the new technology to the show each year. We have been able to turn our show into a platform for regional knowledge and technology by increasing the number of international visitors year by year.

Q What advantages did VNU gain from joining the ASEAN Rising Trade Show project?

A The ASEAN Rising Tradeshow campaign helped Thailand LAB INTERNATIONAL transitions from a domestic show to one of the top international laboratory exhibitions in Southeast Asia. ART opens opportunities for home-grown shows by helping Thailand LAB to internalize and implement strategies more effectively. We have been able to increase the number of international visitors and buyers and have experienced a high learning curve in implementing international marketing campaigns with the guidance of TCEB staff.

Q How did VNU develop the marketing strategy to add value to the show?

A By constantly improving it. Thailand LAB INTERNATIONAL has worked to develop more exhibiting profiles and up the quality of visitors to ensure market expansion. We have enhanced content and contact among industries and visitors and achieved a wider regional connection.

Q What are driving forces for the growth of instruments, technology and innovations in laboratories and medicines?

A The Thailand 4.0 national policy is driving the growth of the science and technology market. The policy to turn Thailand into a regional R&D-based economic structure stimulates the investment in laboratory equipment throughout the industrial sector. Upping the level of analytical instrumentation in the country is expected to grow the scientific and laboratory market by 10-15 %.

Q How do you intend to further upgrade the show?

A We will strengthen the LAB brands and improve the show quality. We will use the 8th edition of Thailand LAB INTERNATIONAL, which we will hold from 12-14 September 2018 at BITEC, to "calibrate" the show and make it an alternative market place for scientific and laboratory instruments in Asia.

Q Finally, what would you recommend to other trade show organisers?

A I would like to join TCEB in encouraging organisers to develop shows by increasing the national capability. Exhibitions play an important role not only in promoting the industries they represent but also act as the platform for the country and people to learn about new technology and innovations.

As first-time organising of a trade show requires support, perseverance and industry access, I would recommend all organisers to first talk with TCEB before launching new shows to ensure they have market intelligence and strong local content and connection.

THAILAND LAB
INTERNATIONAL 2017

ไทยเลื่อนชั้นจุดหมายการจัดประชุมนานาชาติระดับโลก ขึ้นแท่นผู้นำในภูมิภาคอาเซียน

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังคว้าแชมป์สูงสุดของภูมิภาคอาเซียน แซงหน้าสิงคโปร์แชมป์เก่าที่ปีนี้อยู่อันดับที่ 28 สร้างประวัติศาสตร์ให้ประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ นับตั้งแต่เคยคว้าอันดับที่ 25 ของโลกมาเมื่อปี 2555

หากพิจารณาในระดับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก จำนวนการจัดประชุมในประเทศไทยของปี 2559 ยังไต่ขึ้นอันดับที่ 5 จากอันดับที่ 6 เมื่อปีที่ผ่านมา และไทยก็ชนะคู่แข่งสำคัญอย่างสิงคโปร์ซึ่งได้อันดับที่ 6 และมาเลเซียที่อยู่อันดับ 9

ในส่วนอันดับของเมืองนั้น กรุงเทพมหานครก็ได้เลื่อนอันดับขึ้นมาเช่นกัน โดยถูกจัดอยู่อันดับที่ 12 ของเมืองที่มีการจัดประชุมนานาชาติจำนวนมากที่สุดในโลก จากอันดับที่ 16 ในปีก่อนหน้า และอยู่อันดับ 3 ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก จากอันดับ 4 ในปีก่อนหน้า โดยมีงานการประชุมที่จัดขึ้นในกรุงเทพฯ ตลอดปี 2559 เป็นจำนวนรวมสูงถึง 121 ครั้ง ถือเป็นการทำสถิติใหม่ที่สูงสุดนับตั้งแต่ปี 2555 เทียบกับเมืองที่ได้แชมป์อันดับ 1 ประจำปี 2559 คือปารีส ซึ่งมีการประชุม 196 ครั้ง

ขณะเดียวกัน เมืองไมซ์สำคัญอื่นๆ ของไทยก็ประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน เช่น เชียงใหม่ รั้งอันดับ 6 ใน 21 เมืองไมซ์สำคัญของอาเซียน โดยมีการจัดประชุมนานาชาติถึง 20 ครั้ง ในปี 2559 ส่วนภูเก็ตอยู่อันดับ 10 ของอาเซียน

สำหรับ 5 อันดับแรกของประเทศที่มีการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุดในปี 2559 คือ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส และสเปน

ในปี 2560 ประเทศไทยได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพการจัดงานประชุมของสมาคมด้านการประชุมระดับโลก 2 งานสำคัญ ได้แก่ งาน PCMA Global Professionals Conference Asia- Pacific 2017 ซึ่งเป็นการประชุมประจำปีของสมาคมวิชาชีพต่างๆ และบริษัทวางแผนจัดการประชุมประชุมนานาชาติจากเอเชีย-แปซิฟิก โดยเฉพาะจากทวีปอเมริกาเหนือ ระหว่างวันที่ 28-31 สิงหาคม 2560 ณ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นครั้งแรกที่จัดขึ้นในประเทศไทย และเอเชีย

นอกจากนี้ ไทยยังได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมโต๊ะกลมแห่งเอเชียแปซิฟิก (UIA Associations Round Table Asia Pacific 2017) อีกเป็นครั้งที่สอง ซึ่งการประชุมดังกล่าวถือเป็นเวทีสำหรับสมาคมและองค์กรได้มีโอกาสเรียนรู้และพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้เข้มแข็ง ผ่านการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์จากวิทยากรรับเชิญผู้มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านต่างๆ ในแวดวงอุตสาหกรรมประชุมนานาชาติ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 21-22 กันยายน ณ จังหวัดเชียงใหม่ หลังจากเป็นเจ้าภาพการจัดประชุม ในปี 2558 ที่กรุงเทพมหานคร

การได้รับการจัดอันดับโลกด้านการประชุมนานาชาติที่ดีขึ้นนี้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนาสินค้าและบริการไมซ์ตลอดจนการดำเนินกลยุทธ์การสื่อสารและการตลาดอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังเป็นความสำเร็จจากความร่วมมือระหว่างทีเส็บกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ทำให้ประเทศไทยได้รับความเชื่อมั่นในการเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมสำคัญๆ จากทั่วโลก

THAILAND CLIMBS RANKINGS IN GLOBAL MEETINGS TAKES OVER AS FIRST IN ASEAN

Thailand is not only leading the international exhibition industry with the highest amount of space sold in ASEAN, but is also showing success in becoming one of the top global destinations for international association meetings. Thailand has jumped three places from 27th in 2015 to 24th today in the world's best meeting destinations according to the International Congress and Convention Association (ICCA)'s country rankings, hosting 174 international meetings in 2016.

In addition, Thailand has claimed the top spot in ASEAN, outdoing Singapore, which drops to 28th in the world's rankings. The new rankings also mark a major breakthrough in position moving back towards the country's ranking at 25th place in 2012.

In the Asia-Pacific region, the number of international meetings in 2016 moved up one place from 6th in 2015 to 5th. Thailand also replaces Singapore, which drops one place to 6th while Malaysia ranks 9th.

The upward spiral continues in the ICCA city rankings, where Bangkok has climbed from 16th in 2015 to 12th place in terms of biggest number of international meetings. Bangkok moves up from 4th to 3rd in the Asia-Pacific region with 121 international meetings in 2016 compared to Paris, which took 1st place with 196 international meetings. The new ranking of Bangkok is the highest since 2012.

Other key MICE Cities have also been successful, with Chiang Mai taking sixth place among 21 major MICE cities in ASEAN with 20 international association meetings in 2016, and Phuket ranking 10th in ASEAN.

The top five country rankings remain unchanged from last year, namely the USA, Germany, United Kingdom, France, and Spain.

In 2016, Thailand won the rights to host two major association meetings. The first of these, the PCMA Global Professionals Conference Asia- Pacific 2017, an annual meeting of professional associations and Association Management Companies (AMC) and meeting planners across Asia-Pacific and especially North America, was held in Bangkok during August 28-31, 2017, a first for Thailand and Asia.

Thailand has also been selected to host the UIA Associations Round Table Asia Pacific 2017 for the second time. This is a platform for professional associations and corporates to learn and develop management through knowledge and experience shared by guest speakers and experts from various fields in the international convention industry. The event takes place on September 21-22, 2017 in Chiang Mai and follows on from the success of the Bangkok meeting in 2015.

The improvement in the ICCA rankings demonstrates the potential and competitiveness of Thailand and is the result of the development of MICE products and services, notably communications and marketing strategies. It also underlines the success of the collaboration between TCEB and strategic partners in the public and private sectors, thanks to which Thailand is a preferred choice for major international meetings from all over the world.

ufi The Global Association of the Exhibition Industry

ICCA

ทีเส็บยกระดับเทรดโชว์ไมซ์ภายในประเทศ หนุนขอนแก่นขึ้นแท่นเมืองแห่งอุตสาหกรรมไมซ์แห่งแรกของภาคอีสาน เพิ่มโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการไมซ์ทั่วภูมิภาค

ทีเส็บจับมือจังหวัด ขอนแก่น จัดงาน ไทยแลนด์ โดเมสติก ไมซ์ มาร์ท (Thailand Domestic MICE Mart) ณ จังหวัดขอนแก่น ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ขยายความร่วมมือผู้ประกอบการไมซ์ในจังหวัดใกล้เคียง สร้างโอกาสทางธุรกิจผ่านเวทีเจรจาผู้ซื้อพบผู้ขาย

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการ ทีเส็บ เปิดเผยว่า ปีนี้ ทีเส็บยกระดับการจัดงานไทยแลนด์ โดเมสติก ไมซ์ มาร์ท ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา โดยขยายความร่วมมือกับผู้ขายในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดใกล้เคียงที่มีศักยภาพ เช่น อุดรธานี อุบลราชธานี หนองคาย ชัยภูมิ เลย และร้อยเอ็ด เป็นต้น เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ในภาคอีสานมากขึ้น

นอกจากการนำเสนอสินค้าและบริการไมซ์ภายในประเทศ ทีเส็บยังได้จัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจโดยตรงโดยได้รับความสนใจจากผู้ซื้อและผู้ขายเป็นอย่างมาก ผู้เข้าร่วมงานกว่า 300 ราย ประกอบด้วยผู้ขายจำนวน 100 ราย ได้แก่ โรงแรม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดต่างๆ ในภาคอีสาน ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ และ 5 สายการบิน ได้แก่ การบินไทย ไทยสไมล์ แอร์เอเชีย นกแอร์ และไลอ้อนแอร์ ในขณะผู้ซื้อจากทั่วประเทศจำนวน 200 ราย ได้แก่ ผู้แทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและไมซ์ ผู้แทนหน่วยงานและองค์กรเอกชน ผู้แทนผู้ประกอบการท้องถิ่น ผู้แทนจากหน่วยราชการ สมาคมต่างๆ ประจำจังหวัดขอนแก่นและจากจังหวัดใกล้เคียง

นอกจากนี้ ทีเส็บยังได้ส่งเสริมนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไมซ์เริ่มปรับตัวเข้าสู่การเป็นสมาร์ทไมซ์ (Smart MICE) โดยได้นำเทคโนโลยีโมบาย แอพพลิเคชั่นเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการลงทะเบียนเข้าร่วมงาน การให้ข้อมูลด้านการจัดงาน ทั้งในส่วนของกำหนดการจัดงาน รายชื่อผู้ประกอบการ แผนผังการจัดงาน การประเมินผลความพึงพอใจของการจัดงาน และกิจกรรมร่วมสนุกภายในงาน

นายจิรุตถ์ กล่าวว่า การจัดงานไทยแลนด์ โดเมสติก ไมซ์ มาร์ท เป็นหนึ่งในแผนการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นประจำปี พ.ศ. 2560 โดยดำเนินการควบคู่ไปกับโครงการต่างๆ ได้แก่ การสร้างการรับรู้จังหวัดขอนแก่นในฐานะเมืองไมซ์กับกลุ่มประเทศ CLMV (Cambodia, Lao, Myanmar, Vietnam) ร่วมสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น จัดสัมมนาโครงการตรวจประเมินและเผยแพร่สถานประกอบการไมซ์ที่ขอรับการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) ประจำปี พ.ศ. 2560 ในเดือนสิงหาคมนี้ การทำ City Profile ซึ่งจะเป็นการวางยุทธศาสตร์ไมซ์ซิตี้อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

นายพงษ์ศักดิ์ ปรีชาวิทย์ ผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น กล่าวว่า จังหวัดได้กำหนด 2 ยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาจังหวัดขอนแก่น (พ.ศ.2561-2564) ได้แก่ 1) การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ส่งเสริมการค้า การลงทุน และธุรกิจบริการ รวมไปถึงการเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าโอทอป และเอสเอ็มอี 2) การขยายพันธมิตรการค้าของขอนแก่นสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง รวมถึงการพัฒนาศักยภาพขอนแก่นให้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก และสมาร์ทซิตี้

นายพงษ์ศักดิ์ กล่าวต่อว่า แนวทางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดขอนแก่นนั้น มี 2 ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับไมซ์โดยตรง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาจังหวัดขอนแก่น (พ.ศ.2561-2564) ได้แก่ (1) การยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งมีโครงการที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย โครงการส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพสินค้า OTOP และ SMEs, โครงการส่งเสริมเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการค้า การลงทุน การบริการ และการท่องเที่ยว และโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจ (2) การเพิ่มศักยภาพจังหวัดเพื่อเชื่อมโยงโอกาสจากกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งประกอบด้วย โครงการยกระดับผ้าไหม ผลิตภัณฑ์จากไหม และสินค้า OTOP สู่สากล, โครงการส่งเสริมการค้า การลงทุน และสร้างพันธมิตรการค้าขอนแก่นสู่ AEC และประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง และโครงการเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นเพื่อยกระดับสู่เมืองท่องเที่ยวหลัก ขณะเดียวกันจังหวัดขอนแก่นยังได้รับงบประมาณจากรัฐบาลเพื่อมาพัฒนาจังหวัดในด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ โครงการยกระดับการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดครบวงจร โครงการก่อสร้างรถไฟทางคู่ (ช่วงชุมทางจิระ-ขอนแก่น) รถไฟความเร็วสูง โครงการปรับปรุงท่าอากาศยานขอนแก่น และสมาร์ท ซิตี้

ในปีงบประมาณ 2559 จังหวัดขอนแก่นต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 1,444,000 คน สร้างรายได้กว่า 4,084 ล้านบาท ปีนี้ จังหวัดได้เป็นเจ้าภาพจัดงานสำคัญๆ ที่ทีเส็บให้การสนับสนุนอีกหลายงาน อาทิ ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ เกษตรภาคอีสาน GMS Fair 2017 Startup Thailand 2017 มหกรรมหนังสือภาคอีสาน เทศกาลไหมนานาชาติ ประเพณีผูกเสี่ยว และมหกรรมอีสานบ้านและคอนโด เป็นต้น

ด้าน นายเข็มชาติ สมใจวงษ์ ประธานหอการค้าจังหวัดขอนแก่นและประธานบริหาร บริษัท ขอนแก่น ไมซ์ แมเนจเม้นท์ จำกัด กล่าวว่า ภาคเอกชนในจังหวัดขอนแก่นได้ร่วมผลักดันพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้มีความพร้อมรองรับการเป็นเมืองไมซ์ เช่น โครงการระบบขนส่งมวลชนรางเบา การก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติขอนแก่น ขนาดพื้นที่กว่า 10,000 ตร.ม. กำหนดแล้วเสร็จและเปิดใช้บริการได้ภายในปีนี้

ภาคเอกชนในจังหวัดขอนแก่นเองได้ร่วมผลักดันการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ในจังหวัดให้มีความพร้อมรองรับการเป็นเมืองแห่งการประชุม สัมมนา และนิทรรศการได้อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการผลักดันโครงการระบบขนส่งมวลชนรางเบา หรือ LRT การดำเนินการก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติขอนแก่น (Khonkaen International Conventions and Expositions: KICE) ที่มีขนาดพื้นที่กว่า 10,000 ตร.ม. ซึ่งดำเนินการโดยเอกชนมีกำหนดแล้วเสร็จและเปิดใช้บริการได้ภายในปีนี้ มีการทำงานอย่างใกล้ชิดระหว่างหอการค้าสภาอุตสาหกรรม สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว และสมาคมอื่นๆ ในนาม 8 องค์กรเศรษฐกิจ จ.ขอนแก่น โดยร่วมมือกันจัดตั้งบริษัทธุรกิจขอนแก่น ไมซ์ แมเนจเม้นท์ (Khon Kean MICE Management หรือ KKMM) เพื่อรวบรวมเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้แข็งแรงและมีมาตรฐาน ตลอดจนอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการจัดงานต่างๆ พร้อมกันนี้ยังมีการอบรมรถรับจ้างสาธารณะและรถแท็กซี่เพื่อให้มีมาตรฐานในการบริการที่ดี การเปิดเส้นทางรถสมาร์ท แอร์พอร์ท บัส (Smart Airport BUS) เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้โดยสารจากท่าอากาศยานฯ เข้าสู่ตัวเมือง หรือเชื่อมต่อไปยังสถานีรถขนส่ง พร้อมกับการรณรงค์ในการให้ชาวขอนแก่นร่วมเป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับผู้มาเยือน เป็นต้น

นอกจากนี้ การจัดตั้งบริษัท ขอนแก่น ไมซ์ แมเนจเม้นท์ จำกัด เมื่อปีที่ผ่านมา โดยผู้ประกอบการจากธุรกิจต่างๆ ในจังหวัดขอนแก่น ถือเป็นกลไกหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เป็นแห่งแรกของภาคอีสาน โดยมีเป้าหมายให้เป็นศูนย์บริการครบวงจร สำหรับการจัดงานไมซ์ทุกระดับ

พร้อมกันนี้ ยังมีการอบรมรถรับจ้างสาธารณะและรถแท็กซี่เพื่อให้มีมาตรฐานในการบริการที่ดี การเปิดเส้นทางรถสมาร์ท แอร์พอร์ท บัส ให้เป็นทางเลือกให้แก่ผู้โดยสารจากท่าอากาศยานฯ เข้าสู่ตัวเมือง และสถานีรถขนส่ง พร้อมกับการรณรงค์ให้ชาวขอนแก่นร่วมเป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับผู้มาเยือน เป็นต้น

THAILAND DOMESTIC MICE MART 2017-KHON KAEN UPGRADED EXPANDING BUSINESS OPPORTUNITIES FOR ISAAN MICE SUPPLIERS

TCEB recently joined with Khon Kaen Province in organising the 4th Thailand Domestic MICE Mart 2017 with the aim of expanding the possibilities for collaboration with MICE suppliers in nearby provinces and to create business opportunities through a table-top-sales session.

Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, TCEB's President, said that this year, the bureau had upgraded the Thailand Domestic MICE Mart by expanding collaboration with suppliers in Khon Kaen and other provinces including Udon Thani, Ubon Ratchathani, Nong Khai, Chaiyaphum, Loei and Roi Et. The event, which was held in August, is expected to increase business opportunities for MICE suppliers in the Northeastern region.

In addition to the showcase of products and services, the bureau organised a table-top-sales session for 300 participants, 100 of them are suppliers including hotels, tourism business operators in Khon Kaen and other provinces in the Northeast, convention and exhibition venues, and five airlines, namely Thai International Airways, Thai Smile, AirAsia, Nok Air and Lion Air. The 200 buyers included representatives from travel agents, public and private organisations, local entrepreneurs, as well as associations in Khon Kaen and nearby provinces.

The TCEB also demonstrated its support for the Thailand 4.0 policy and encouraged MICE operators to adopt the Smart MICE model. Mobile application technology was used to facilitate the event in terms of registration, information, event agenda, seller list, event floor-plan, event assessment and other activities.

Mr. Chiruit noted that the Thailand Domestic MICE Mart was one of the events planned to promote the Khon Kaen MICE industry in 2017. Related projects include a campaign to create awareness of Khon Kaen as a MICE City among CLMV (Cambodia, Lao, Myanmar, Vietnam); support for the establishment of the Centre of Excellence in MICE and Business Events Industry at Khon Kaen University; a seminar on Thailand MICE Venue Standard 2017 in August; and development of a City Profile. TCEB is continuing with its efforts to systematically set a strategy for MICE City development in line with the government's policy for the promotion of domestic MICE throughout the country.

Khon Kaen Governor Mr. Pongsak Preechavit added that the province has set two key strategies to drive the provincial MICE industry as a part of the Khon Kaen Province Development Plan (2018-2021). The first is to strengthen economic development and provincial competitiveness through investment projects including infrastructure, promotion of trade, investment and services, and improvements to OTOP quality and SMEs.

The second is to enhance the potential of Khon Kaen in connecting the growing business opportunities in the Greater Mekong Sub-region. These include upgrading silk fabrics/silk products and OTOP items to the international market. In addition, the province is working to develop provincial tourism to turn Khon Kaen into a major tourist destination and a Smart City.

As one of the key MICE Cities, the government has allocated a budget to Khon Kaen for the development of infrastructure projects essential for the MICE industry. The investment projects include an integrated plan to develop cluster tourism, the dual-track rail route project from Chira junction in Nakhon Ratchasima to Khon Kaen, the construction of a new high-speed train track, Khon Kaen International Airport expansion, and the Smart City.

During the 2016 fiscal year, Khon Kaen welcomed a total of 1,444,000 MICE travellers, generating 4.084 billion baht in MICE revenue. This year Khon Kaen will host several major MICE events and activities with TCEB's support including the Khon Kaen International Marathon, the Kaset Isaan Fair, the GMS Fair 2017, Startup Thailand 2017, the I-San Book Fair, the International Silk Festival, the Pook Xiao Traditional Ceremony, the Red Cross Fair, and the Home and Condo Fair.

Khon Kaen is helping to drive the development of infrastructure projects, which will enable the province to become a MICE City. The investment projects include light rail transport (LRT) and the 10,000-square-metre Khon Kaen International Conventions and Expositions (KICE), which is owned by a private firm and slated to open by the end of this year.

Khon Kaen MICE Management Limited (KKMM) was set up last year through a business network involving the Chamber of Commerce, the Federation of Thai industries, the Khon Kaen Tourist Business Association, and eight trade and business associations in Khon Kaen. It is the first major engine in the Northeastern region dedicated to MICE industry development and aims to be a one-stop service for all types of MICE events.

Training for taxi drivers and public transportation operators has been introduced to improve service standards and the Smart Airport Bus is providing an alternative for passengers to travel to the city centre and connect to the bus terminal. Lastly, the province is encouraging its residents to be good hosts and welcome all MICE travellers.

เปิดสื่อการขายดิจิตอลระบบเสมือนจริง โชว์สถานที่จัดงานไมซ์ระดับโลกของประเทศไทย

ภายใต้วิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม สอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ทีเส็บมุ่งเน้นพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแก่สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ซึ่งสื่อดิจิตอลได้กลายเป็นช่องทางสื่อสารหลักในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไมซ์ทั่วโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เทคโนโลยีเสมือนจริง หรือ Virtual Reality (VR) ถือเป็นเทรนด์การนำเสนอคอนเทนท์ด้วยภาพและวิดีโอ 360 องศา ให้คนเข้าไปอยู่ในโลกเสมือนจริงนั้นๆ ได้ด้วยการสวมแว่น VR ซึ่งเป็นรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย จะเห็นได้ว่าแบรนด์ต่างๆ นำเทคโนโลยีดังกล่าวนี้มาใช้ในการทำแคมเปญทางการตลาด เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ และความตื่นเต้นให้กับผู้บริโภค และลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ทีเส็บเดินหน้าพัฒนาสื่อการขาย (Digital Sales Kit) แบบเสมือนจริง 360 องศา ในเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com/360virtualtour เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่จัดการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย ที่มีมาตรฐานระดับสากล โดยเปิดตัวนำร่องสถานที่การจัดการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ 8 แห่งทั่วประเทศ ได้แก่ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ศูนย์ประชุมอิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี เซนทาราแกรนด์ แอนด์ บางกอกคอนเวนชั่นเซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ รอยัล พาราก้อน ฮอลล์ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์ประชุมพีช และศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เชียงใหม่

สื่อการขายดิจิตอลแบบเสมือนจริงนี้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมของสถานที่จัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ในการรองรับการจัดงานไมซ์ระดับโลกทุกรูปแบบ ทำให้กลุ่มเป้าหมาย อาทิ ผู้จัดงานไมซ์ บริษัทรับจัดการปลายทาง บริษัทนำเที่ยว กลุ่มองค์กร บริษัท ภาคเอกชนทั่วไป รวมถึงนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก สามารถสัมผัสและชมสถานที่จัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติต่างๆ ง่ายเพียงปลายนิ้วผ่านเทคโนโลยี VR Virtual Reality 3 มิติ ที่ใช้ได้กับสมาร์ทโฟนทั้ง IOS และ ระบบ Android คอมพิวเตอร์ และแล็ปท็อป นำเสนอภาพรวมของศูนย์ประชุมแต่ละแห่ง สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ การเดินทาง โรงแรมที่พัก รวมไปถึงรูปแบบการจัดงาน เช่น การประชุม สัมมนา แสดงสินค้า คอนเสิร์ต กิจกรรมพิเศษ เปิดตัวผลิตภัณฑ์ และ เอ็นเตอร์เทนเม้นท์โชว์ เป็นต้น

นอกจากทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างง่ายดายแล้ว สื่อการขายดิจิตอลทำให้เนื้อหามีความน่าสนใจมากขึ้น โดยทีเส็บจะมีการอัพเดตข้อมูลสำคัญอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้ได้มากยิ่งขึ้น

สถานที่จัดงานถือเป็นปัจจัยสำคัญมากต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงาน ดังนั้น การนำเสนอสื่อดิจิตอลในรูปแบบเสมือนจริงดังกล่าว จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้ทัดเทียมในระดับสากลอีกด้วย

สัมผัสประสบการณ์แบบเสมือนจริงแบบ 360 องศา ได้ที่ www.businesseventsthailand.com/360virtualtour หรือเพียงแสกน QR code ของแต่ละสถานที่

DIGITAL SALES KIT VR360 INTRODUCED SHOWCASING WORLD-CLASS MICE EVENT VENUES IN THAILAND

As part of its strategy to steer the MICE industry forwards through innovations in line with the Thailand 4.0 policy, TCEB is pushing forward with IT development to improve the efficiency of online media in promoting the industry. Digital media are now a major channel to efficiently reach out MICE target groups all over the world.

Virtual Reality (VR) is among the growing trends in presenting content through pictures and 360-degree video. It allows viewers to enter the virtual world through VR glasses and is becoming increasingly popular as a sales technique. Indeed, several brands are now use VR technology in their marketing campaigns so as to offer target customers new and exciting experiences.

The TCEB is following in these footsteps by developing a Digital Sales Kit in 360-degree Virtual Reality format on its website www.businesseventsthailand.com/360virtualtour to promote world-class convention and exhibition centres in Thailand.

The bureau is introducing 8 pioneering centres, namely Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC), IMPACT Muang Arena Exhibition and Convention Centre, Centara Grand & Bangkok Convention Centre at CentralWorld, Royal Paragon Hall, Queen Sirikit National Convention Centre (QSNCC), and Pattaya Exhibition and Convention Hall (PEACH), Chiang Mai International Exhibition and Convention (CMECC), and the 60th Anniversary of H.M. the King's Accession to the Throne (ICC Hat Yai).

The VR Digital Sales Kit demonstrates the capabilities and readiness of these international convention and exhibition centres to suit individual budgets and needs. It enables the target audience including event organisers, DMCs (destination management companies), tour operators, organisations, corporate concerns and private firms as well as MICE travellers worldwide to enjoy instant access to these venues at the press of a button. The three-dimensional VR technology runs equally smoothly on the IOS and Android platforms of computers and laptops.

The Digital Sales Kit presents an overview of each venue along with features, services, transportation, accommodation, and type of set up such as meetings, conventions, exhibitions, concerts, special events, product launches, and entertainment shows.

In addition to providing easy access to the latest information and intelligence about the MICE industry, the Digital Sales Kit offers a range of interesting content, which is updated continuously.

The event venues are a key factor in the decision-making of buyers when choosing destinations to organise events. The VR Digital Sales Kit will thus help enhance the competitiveness of Thailand's MICE industry and put it on a comparable platform to its international rivals.

Discover the 360-degree Virtual Reality Digital Sales Kit at www.businesseventsthailand.com/360virtualtour or scan the QR code of each venue.

ต้อนรับเอกอัครราชทูต กรุงปรากจากสาธารณรัฐเช็ก

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการ ทีเส็บ (ที่ 5 จากซ้าย) ให้การต้อนรับ นายณรงค์ ศศิธร เอกอัครราชทูต ณ กรุงปราก สาธารณรัฐเช็ก (ที่ 4 จากซ้าย) และคณะผู้แทนภาคเอกชนจากสาธารณรัฐเช็ก ในโอกาสมาเยือนประเทศไทยเมื่อเร็วๆ นี้ เพื่อหารือกับผู้แทนระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนไทยเกี่ยวกับศักยภาพด้านการค้าการลงทุนของไทย และเข้ารับฟังการบรรยายเกี่ยวกับภารกิจการดำเนินงานของ ทีเส็บ พร้อมหารือความร่วมมือในการสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมด้านไมซ์ระหว่างสองประเทศ

THAI AMBASSADOR TO CZECH REPUBLIC WELCOMED

TCEB President Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, (fifth left) welcomed Mr. Narong Sasitorn, (fourth left), Thailand's Ambassador to the Czech Republic and delegates from the Czech private sector during their recent visit in Thailand for discussions with executives from the public and private sectors on trade and investment potential in Thailand. The Ambassador also led the Czech delegates to a briefing on TCEB's mission and to discuss collaboration between the two countries in supporting MICE events.

ผู้อำนวยการคนใหม่แถลงนโยบาย

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการ ทีเส็บ (ที่ 5 จากซ้าย) แถลงข่าว "ทิศทางของทีเส็บและอุตสาหกรรมไมซ์" มุ่งพัฒนาองค์กรให้เป็นหน่วยงานหลักด้านไมซ์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม สร้างความเจริญและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค พร้อมนำทีมบริหารเร่งยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ให้มั่นคงเติบโตคู่ขนานกับการพัฒนาประเทศในตลาดที่มีศักยภาพอย่างเท่าเทียมและเข้มแข็ง

NEW TCEB PRESIDENT ANNOUNCES POLICY

Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, (fifth left) TCEB's President, held a press conference on "Direction of TCEB and MICE industry", which emphasized the development of the bureau as a key MICE engine to drive the country's economy through innovation, creation of prosperity and equitable income distribution to the regions. The President also led management team in strengthening MICE industry in parallel with the country's development. The bureau aims to enhance the MICE industry in the potential cities both equally and strongly.

ทีเส็บสนับสนุน 12 สิงหา ฮาล์ฟ มาราธอน กรุงเทพฯ

นางสาวปาริฉัตร เศวตเศรนี ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร ทีเส็บ (ที่ 2 จากขวา) ร่วมกับสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ TICA และ สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA) ให้การสนับสนุนกิจกรรม "12 สิงหา ฮาล์ฟ มาราธอน กรุงเทพฯ 2017" ครั้งที่ 25 ภายใต้แนวคิด "Run for Mom" เพื่อยกระดับให้เป็นงานวิ่งระดับนานาชาติ ซึ่งจัดโดย บริษัท เอ็น. ซี. ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิวิลอปเม้นท์ จำกัด โดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้ ศูนย์สิริกิติ์บรมราชินีนาถ (เพื่อมะเร็งเต้านม) โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

TCEB SUPPORTS 12 AUGUST HALF MARATHON BANGKOK 2017

Ms. Parichat Svetasreni, (2nd from right), TCEB's Director of Marketing and Corporate Image, partnered with the Thailand Incentive and Convention Association (TICA) and the Thai Exhibition Association (TEA) in supporting the 12 August Half Marathon Bangkok 2017, the 25th event on the theme "Run for Mom". Organised by N.C.C. Management & Development Co., Ltd., the event has been developed into an international marathon.

All proceeds after expenses will go to the Queen Sirikit Centre for Breast Cancer, Chulalongkorn Memorial Hospital, Thai Red Cross Society.