

TCEB NEWSLETTER



THAILAND
convention & exhibition bureau

www.tceb.or.th

Issue 24

March-April, 2012

MICE CITY

สสพ. เปิดยุทธศาสตร์เมืองไมซ์ ปี 55
ชู พัทยา ต้นแบบการพัฒนา

TCEB UNVEILS MICE CITY
STRATEGY 2012
PATTAYA SELECTED AS
A ROLE MODEL FOR
DEVELOPMENT





4-5 TCEB UNVEILS MICE CITY STRATEGY 2012 PATTAYA SELECTED AS A ROLE MODEL FOR DEVELOPMENT



6-7 TCEB ARRANGES FAM TRIP TO STIMULATE CHIANG MAI MICE



8-9 TCEB INTRODUCES PHUKET MICE AIMING TO ATTRACT OCEANIA MARKET



10-11 TCEB ORGANIZES ROAD SHOWS IN RUSSIA AND JAPAN CORPORATE CLIENTS RESPOND TO DESTINATION OF CHOICES CAMPAIGN



12-15 OVERWHELMING SUPPORT FOR THAILAND'S BID TO HOST WORLD EXPO 2020 AYUTTHAYA



16-17 TCEB ESTABLISHES 'ASEAN MICE COLLABORATION' PARTNERS WITH VIETNAM TO PREPARE FOR AEC



18-20 TCEB IN BRIEF



THAILAND
convention & exhibition bureau

TCEB Newsletter

**Corporate Communication Division
Marketing Communication Department**

Manager: **Chakrapong Pongwecharak**

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,
chakrapong_p@tceb.or.th

montakorn_p@tceb.or.th

Chief Operating Officer: **Aeumsree
Boonhachairat**

Editor: **Patcharee Lueng-uthai**

E-mail: patcharee@nationgroup.com

Contributors: **Suchat Sritama, Kwanchai
Rungfapaisarn**

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

Art Director: **Pradit Phulsarikij**

Photos: **TCEB, Nation photographers**

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

Tel: **(02) 338 3563**

E-mail: ratchanee@nationgroup.com

Publisher: **Nation Multimedia Group Plc
on behalf of Thailand Convention &
Exhibition Bureau (TCEB)**

1854 Bangna-Trad Rd, Bangna, Bangkok
10260 Thailand

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



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีปีใหม่ไทย ท่านผู้อ่านวารสาร สสปน. ทุกท่านครับ

วารสาร สสปน. ฉบับนี้ จัดพิมพ์ออกมาในช่วงหน้าร้อนที่พวกเราชาวไทยเฉลิมฉลองเทศกาลสงกรานต์ แม้ว่าอากาศจะร้อนอบอ้าว แต่ สสปน. ยังคงเดินทางผลักดันแผนงานเชิงยุทธศาสตร์ต่อไป ด้วยการเร่งส่งเสริมและประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ของประเทศไทยทั้งในตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนงานส่งเสริมการประชุมในประเทศหรือ D-MICE และแผนงานส่งเสริมเมืองไมซ์

เมืองไมซ์แห่งแรกที่ สสปน. เร่งส่งเสริมคือเกาะภูเก็ตหรือไข่มุกแห่งอันดามัน โดยได้นำเสนอภูเก็ตภายใต้แนวคิด “7 มหัศจรรย์เมืองไมซ์แห่งอันดามัน” ในงาน AIME 2012 ณ นครเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ทั้งนี้ สสปน. เชื่อมโยงว่า เกาะภูเก็ตมีศักยภาพอย่างเต็มเปี่ยมที่จะเป็นเมืองไมซ์ เพราะพร้อมไปด้วยที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายระดับสากล ความสวยงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เมืองไมซ์ลำดับถัดมาคือ เชียงใหม่ โดย สสปน. ได้จัดกิจกรรมให้นายกองคณาธิการบริหารส่วนตำบลจำนวน 30 ท่านจากทั่วประเทศเดินทางไปสัมผัสและเรียนรู้ศักยภาพและผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับงานไมซ์ของเชียงใหม่ สสปน. มีเป้าประสงค์ที่จะให้กิจกรรมนี้เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการจัดประชุมและสัมมนาภายในประเทศ พร้อมกันนี้ ยังได้จัดกิจกรรมให้ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบลได้เดินทางไปเยี่ยมชมและเรียนรู้โครงการพัฒนาชุมชนทั้งโครงการของมูลนิธิโครงการหลวงและของภาคเอกชน เพื่อให้การจัดงานส่งเสริมการประชุมในประเทศครบครันด้วยองค์ประกอบด้าน Experiential และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ CSR ที่ สสปน. ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาให้เป็นเอกลักษณ์ของแผนงานส่งเสริมการประชุมในประเทศ

ส่วนที่เมืองพัทยา สสปน. ได้ส่งเสริมให้เป็นเมืองไมซ์ต้นแบบ ด้วยการสร้างสรรค์แนวคิด 6 ประการที่สะท้อนกิจกรรมด้านไมซ์ของเมืองพัทยา เพื่อให้เป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังเมืองท่องเที่ยวแห่งนี้ และเพื่อผลักดันให้ความเป็นเมืองไมซ์ของพัทยาก้าวไกลยิ่งขึ้น ทาง สสปน. และเมืองพัทยาได้ร่วมกันเปิดตัวแอปพลิเคชัน D-MICE@Pattaya เพื่อให้ลูกค้าใช้สมาร์ตโฟนเป็นสื่อเข้าถึงข้อมูลของเมืองพัทยา ทั้งข้อมูลด้านที่พัก สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับงานไมซ์ ถือเป็นครั้งแรกของเมืองไมซ์ในประเทศไทยที่มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ลักษณะนี้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ในวารสาร สสปน. ฉบับนี้ ยังมีข่าวดีสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วย โดยเฉพาะผลการสำรวจผู้เข้าเยี่ยมชมศาลา “เอ็กซ์โป 2020 มั่นใจเมืองไทยพร้อม” ที่ สสปน. ได้จัดตั้งไว้ในงานบีโอไอ แฟร์ เมื่อเดือนมกราคมที่ผ่านมา ปรากฏว่า ผู้เข้าเยี่ยมชมร้อยละ 99 สนับสนุนอย่างเต็มที่ให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพงานเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 และพร้อมให้ความร่วมมือเป็นเจ้าภาพที่ดี ผลตอบรับนี้ถือว่าสำคัญมากเพราะการสนับสนุนของประชาชนเป็น 1 ในเกณฑ์ลำดับต้น ๆ ของการตัดสินใจเลือกประเทศเจ้าภาพจัดงาน ชาวดีลำดับถัดมาคือ ในงานโรดโชว์ของ สสปน. ที่ประเทศรัสเซีย ปรากฏว่าแคมเปญ “ประเทศไทย...จุดหมายที่เลือกได้ไม่รู้จักจบ” ที่ สสปน. ได้สร้างสรรค์ไว้ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้รับการตอบรับดีมากจากลูกค้าชาวรัสเซีย โดยพวกเขาระบุว่าสื่อความหมายได้ชัดเจน และทำให้มองเห็นภาพสิ่งที่ประเทศไทยนำเสนอ

นอกจากนี้ ท่านจะเห็นว่าวิสัยทัศน์ของ สสปน. ในเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้รับการต่อยอดอีกครั้ง เพราะทาง สสปน. ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจกับสภาหอการค้าและอุตสาหกรรมเวียดนาม เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระดับทวิภาคีในภาคอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้า โดยมีเป้าหมายที่จะช่วยกันผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ของอาเซียนเจริญเติบโตและมีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากลต่อไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลดีต่อวงการไมซ์ไทยอย่างแน่นอน

ความมุ่งมั่นทุ่มเทของ สสปน. ในช่วงฤดูร้อนที่ผ่านมา เพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยก้าวไปข้างหน้า น่าจะเริ่มออกดอกออกผลในช่วงฤดูฝนที่กำลังมาถึง สสปน. และภาคีจะจับมือทำงานร่วมกันเหมือนทุกครั้งที่ผ่านมา เพื่อให้ประเทศไทยมีชื่อติดอยู่ในแผนที่ไมซ์ระดับโลกต่อไป

นายอรรคพล สรสุชาติ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Happy Thai New Year!

This issue arrives during the hot summer season in Thailand when we celebrate the Songkran Festival, or Thai New Year. Despite the heat, TCEB is not deterred in driving forward its strategic plan. In line with our D-MICE and MICE City initiatives launched last year, TCEB has intensified its promotion of Thailand's MICE Cities both in the overseas and the domestic markets.

TCEB started with the Pearl of the Andaman, the island of Phuket, which was highlighted as the 7 MICE Wonders of the Andaman at AIME 2012 in Melbourne, Australia. With its world-class facilities, enchanting natural beauty and local culture, the island is teeming with MICE potential.

Up north in Chiang Mai, the city's MICE potential and its unique MICE products were put into the spotlight for 30 heads of local government organizations from around Thailand, who joined the trip to the northern capital. The trip was organized by TCEB to stimulate domestic meetings and seminars. The event also incorporated visits to community development projects of both the Royal Project Foundation and the private sector in line with the experiential and CSR trademarks of TCEB's D-MICE initiative.

Heading eastward, TCEB promoted Pattaya City as a model MICE City by crafting 6 thematic messages representing MICE activities that will draw MICE travelers to the festive beach city. What will put it further ahead is that the city and TCEB launched the D-MICE@Pattaya application. Clients can now access the data of Pattaya's accommodation, venues, and other relevant facilities through their smart phones. This on-line marketing initiative is the first of its kind among MICE Cities in Thailand.

Also in this issue, you will find other encouraging news about Thailand's MICE industry. At the launch of “Believe in Thailand: World Expo 2020 Pavilion” at the BOI Fair in January, we conducted a survey of the visitors to the event. The results demonstrated that 99% of the visitors interviewed expressed their strong support for Thailand's bid to host the World Expo 2020 Ayutthaya and were ready to play their part in being good host of the Expo. The result is significant because public support is one of the main criteria in selecting the host of this mega event. More positive news is that during TCEB's road show in Russia, the Russian prospective clients rated our campaign “Thailand: Destination of Choices” highly, saying that it conveyed a very clear message and enabled them to visualize what Thailand has to offer.

Our vision for the upcoming ASEAN Economic Community was affirmed when TCEB signed a memorandum of understanding with the Vietnam Chamber of Commerce and Industry to boost the bilateral collaboration in the trade fair industry with the ultimate aim to further the growth and international competitiveness of the ASEAN MICE industry. This will definitely have a positive effect on the Thai MICE sector

The energy that was unleashed during the hot summer to propel Thailand's MICE industry forward will begin to bear fruit during the upcoming rainy season. TCEB and our partners will work together, as always, to put Thailand on the global MICE map.

Akapol Sorasuchart

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau



สสพ. เปิดแผนยุทธศาสตร์เชิงรุกพัฒนา 4 เมืองโบซ์ โดยเลือกพัทยาเป็นต้นแบบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเมืองโบซ์ พร้อมเปิดตัวแอปพลิเคชัน ประชุมเมืองไทย D-MICE@Pattaya

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. เปิดเผยว่า ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศจะดำเนินการภายใต้โครงการ ประชุมเมืองไทย D-MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม โดยจะมุ่งพัฒนาเมืองไมซ์ให้เป็นผู้นำการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค และสร้างกิจกรรมมูลค่าเพิ่มภายในพื้นที่ของเมืองไมซ์ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์และรายได้

นายอรรถพล กล่าวว่า สสพ. จะดำเนินการเชิงรุกด้วยการจัดทำต้นแบบสำหรับการพัฒนาเมืองไมซ์ร่วมกันทั้ง 4 เมืองคือ กรุงเทพฯ เมืองพัทยา เชียงใหม่ และภูเก็ต โดยเริ่มดำเนินการที่เมืองพัทยาเป็นแห่งแรก เพื่อให้เป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาเมืองไมซ์อื่นๆ ต่อไป

สสพ. ได้ร่วมกับเมืองพัทยา จัดงานเปิดตัวแอปพลิเคชัน “ประชุมเมืองไทย D-MICE@Pattaya” ณ แหลมบาลีสายเมืองพัทยา เมื่อปลายเดือนมีนาคมที่ผ่านมา เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ ก่อนขยายผลสู่เมืองไมซ์อื่น ๆ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 100 คน ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่เมืองพัทยา ผู้ประกอบการไมซ์ในเมืองพัทยา และสื่อมวลชน

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สสพ. กล่าวว่า สสพ. ได้กำหนดให้เมืองพัทยาเป็นจุดหมายการประชุมที่โดดเด่นด้าน Festive Beach/ Sports Events พร้อมจัดกลุ่มรูปแบบการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลออกเป็น 6 กลุ่มสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ประกอบด้วย Adventure, History and Culture, Green, Experiential, Corporate Social Responsibility และ Luxury



สำหรับแอปพลิเคชัน D-MICE@Pattaya ถือเป็นครั้งแรกของการใช้การประชุมสัมพันธ์เมืองไมซ์บนสมาร์ตโฟนและแอนดรอยด์ ซึ่งรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่จัดประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับรองรับการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้อย่างครบถ้วน เพื่อให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์ องค์กรต่าง ๆ รวมถึงบริษัทต่างประเทศสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ให้กับเมืองพัทยา ทั้งนี้ การจัดทำแอปพลิเคชันนี้ถือเป็นหนึ่งในแนวทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการประชุมในเมืองไทย โดย สสพ. เป็นผู้ริเริ่มพัฒนาฐานข้อมูลและจัดทำแอปพลิเคชันร่วมกับเมืองพัทยาและผู้ประกอบการในพื้นที่

ทางด้าน นายอิทธิพล คุณปลื้ม นายกเมืองพัทยากล่าวว่า ปีนี้ เมืองพัทยาดึงเป้ารายได้ที่ 5.6 พันล้านบาท เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 70 จากคนไทยร้อยละ 30 ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 5.5 ล้านคนในปีที่แล้ว เป็น 6.2 ล้านคนในปีี้ แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จำนวน 2.5 แสนคน โดยตั้งเป้าหมายให้จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-15 ต่อปี

ทั้งนี้ เมืองพัทยาคาดว่า การที่เมืองพัทยาคือเมืองไมซ์จะช่วยเพิ่มการใช้จ่ายจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ต่างชาติประมาณร้อยละ 30 โดยเมืองพัทยาร่วมทำงานกับ สสพ. ในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมสัมมนา

เฉพาะทางและบุกเบิกตลาดใหม่ ๆ ในภูมิภาคอาเซียน

ปัจจุบัน เมืองพัทยามีโรงแรมทั้งหมด 396 แห่ง รวมจำนวนห้องพัก 28,459 ห้อง มีห้องประชุมในโรงแรมต่าง ๆ รวม 102 ห้อง มีศูนย์การประชุมและนิทรรศการขนาดใหญ่ 3 แห่ง รวมพื้นที่จัดงาน 13,212 ตารางเมตร

The Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) has unveiled an aggressive strategy to develop 4 MICE Cities, choosing Pattaya as the role model to set the guidelines for the MICE Cities and launching a D-MICE@Pattaya application.



Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, Director of the TCEB's Domestic MICE Department, said that TCEB had defined Pattaya as a MICE destination featuring outstanding festive beach and sport events. The bureau also categorized six distinct types of products for meetings and incentives in Pattaya: Adventure, History and Culture, Green, Experiential, Corporate Social Responsibility and Luxury.

D-MICE@Pattaya application is the first of its kind which promotes MICE Cities through smart phones and Android devices, providing all information relevant to tourism activities, meeting venues and facilities for meetings and travel incentives in Pattaya City. This will enable MICE travelers and corporate clients, including international companies, to access the information quickly and easily. Online promotion media will bring new business opportunities to the city and is one of the products that will help promote domestic MICE. The TCEB initiated the database development and developed the application together with Pattaya city and local MICE operators.

Mr. Ittipol Kunpleum, Mayor of Pattaya City, said that the city has set a target of Bt5.6 billion in tourism revenue this year, of which 70% will come from overseas travelers and 30% from Thai travelers. The number of travelers is also expected to rise from 5.5 million last year to 6.2 million this year, 250,000 of which will be MICE travelers.

Mr. Ittipol added that the MICE sector is expected to grow by 10-15% annually. It is also anticipated that as a MICE City, Pattaya will enjoy a 30% increase in spending by business travelers. Pattaya is therefore willing to cooperate with the TCEB in offering itself as the host city for niche MICE events and is ready to penetrate the new ASEAN market.

Currently, there are 396 hotels in Pattaya City with a total of 28,459 rooms, along with 102 meeting rooms and 3 major convention centers with a total space of 13, 212 sqm.

M

r. Akapol Sorasuchart, the TCEB's President, said the strategy to promote and strengthen the domestic MICE industry would be implemented under the "D-MICE: Believe in Thailand" project. The ultimate aim is to develop MICE Cities so that they become leading organizers of MICE events at the regional level and to create value-added activities in these cities, which will bring in ever increasing business travelers and revenue.

Mr. Akapol said that the bureau was taking an aggressive approach by creating a MICE City Model for the development of four MICE Cities: Bangkok, Pattaya, Chiang Mai and Phuket. Pattaya was selected as the destination for launching the initiative and the city will serve as a model for other MICE Cities to follow.

The TCEB and Pattaya City jointly launched D-MICE@Pattaya application at Bali Hai Pattaya at the end of March 2012 to penetrate the target group via an online platform before applying this concept to other MICE Cities. The event welcomed more than 100 participants including the Pattaya City authorities, local MICE operators and the media.





สสพ. จัดแฟมทริปกระตุ้นงานไมซ์เชียงใหม่

สสพ. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเชียงใหม่ (familiarization trip) กระตุ้นตลาดไมซ์ในประเทศ โดยนำนายกองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จากทั่วประเทศเข้าร่วมงาน เพื่อนำเสนอจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะทางเลือกของเมืองไมซ์ที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ พร้อมกับนี้ สสพ. ได้จัดกิจกรรมนำเสนอสินค้าไมซ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง

นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สสพ. กล่าวว่า สสพ. ได้จัด Familiarization Trip ในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 8-10 มีนาคม 2555 โดยนำนายก อบต. จำนวน 30 รายจากทั่วประเทศ เข้าร่วมงาน อาทิ ปัตตานี อุดรธานี นครสวรรค์ และนนทบุรี โดยได้รับการสนับสนุนจากสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทีก้า ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอความพร้อมและสินค้าไมซ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียง เช่น ลำปาง ให้กับนายก อบต. ซึ่งปกติจะใช้จ่ายประมาณ 3 แสนบาทต่อการจัดประชุมแต่ละครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมตั้งแต่ 50 คนไปจนถึง 100 คน

“เชียงใหม่มีศักยภาพและความพร้อมในการจัดงานไมซ์และยังเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก จากนิตยสารท่องเที่ยวชั้นนำของสหรัฐอเมริกา “ทราเวล แอนด์ เลเชอร์ (Travel and Leisure)” นายจิรุตถ์กล่าว

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายครั้งนี้ ประกอบด้วยการเดินทางเยี่ยมชมศูนย์ประชุมนานาชาติเชียงใหม่ การเข้าชมงานมหกรรมพืชสวนโลกงานเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ และการสัมผัสประสบการณ์วัฒนธรรมล้านนาในรูปแบบต่าง ๆ อย่างใดก็ตาม องค์ประกอบสำคัญของกิจกรรมครั้งนี้คือ การสร้างประสบการณ์ทางธุรกิจการเรียนรู้ใหม่ ๆ หรือ Experiential และกิจกรรมส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) หรือ CSR ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ สสพ. ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้กับเมืองไมซ์

ในส่วนแรก สสพ. เปิดโอกาสให้นายกจาก อบต. ได้เยี่ยมชมและศึกษาแนวคิดในการพัฒนาจากโครงการพระราชดำริอย่างโครงการหลวงแม่ขุนกลาง ดอยอินทนนท์ สำหรับส่วนที่สอง คณะผู้แทนได้ไปดูงานการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่โรงงานบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จ.ลำปาง ซึ่งภาคเอกชนร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์และอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างเป็นสุข เพื่อเป็นแนวทางไปปรับใช้ในการพัฒนาให้เข้ากับชุมชนในความดูแลของแต่ละ อบต. โดยผนวกแนวคิดเรื่อง CSR เป็นหนึ่งในรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศไทย ภายใต้โครงการ “ประชุมเมืองไทย D-MICE มั่นใจเมืองไทยพร้อม” ซึ่งริเริ่มขึ้นเมื่อปี 2554 และยังคงสานต่อมาในปี

ด้านนางประชุม ฉายะพงศ์ ประธานกรรมการฝ่ายส่งเสริมการขาย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทีก้ากล่าวว่า ในการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ทางสมาคมฯ ได้จัดฝึกอบรมระยะสั้น เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ในหัวข้อ “การเตรียมความ



พร้อมของผู้ประกอบการสู่การเป็นเมืองไมซ์” รวมถึงการจัดเสวนาให้แก่ผู้เข้าร่วมการเดินทางครั้งนี้ ในหัวข้อ “เคล็ดลับการจัดประชุมอย่างไรให้ประสบผลสำเร็จ” และยังได้จัดกิจกรรม ผู้ซื้อพบผู้ขาย (Table Top Sales) ควบคู่ไปด้วย เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ประกอบการทั้งที่เป็นสมาชิกของทีก้าและสมาคมฯ อื่นๆ ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ได้นำเสนอสินค้าและบริการให้แก่นายกจาก อบต. ดังกล่าว

“สสพ. คาดการณ์ว่า จากการเข้าร่วมกิจกรรมของ อบต. จำนวน 30 รายในครั้งนี้จะมีผู้กลับมาจัดประชุมในประเทศไทยตลอดปี 2555 ประมาณกว่า 10,000 คน สร้างรายได้กว่า 60 ล้านบาท ด้านภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์

ในประเทศของปีนี้ สสพ. ตั้งเป้ารักษาดูแลเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 2 ล้านคน สร้างรายได้มูลค่า 10,900 ล้านบาท” นายจิรุตถ์กล่าว

ข้อมูลจังหวัดเชียงใหม่

ที่พัก และสถานที่จัดงาน - เชียงใหม่มีโรงแรมที่พักทั้งระดับหรูหราร 5 ดาว บุติศรีสอร์ท โรงแรมขนาดเล็ก และโฮมสเตย์ รวม 33,260 ห้อง ทั้งที่อยู่ในเมืองและบริเวณรอบชุมชนของชาวเขาเผ่าต่างๆ รับกระแสดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากในหมู่นักท่องเที่ยว ส่วนศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเชียงใหม่ มีกำหนดเปิดบริการในเร็ว ๆ นี้ ห้องประชุมมีพื้นที่ทั้งหมด 41,743.50 ตารางเมตร รองรับได้สูงสุด 3,500 คน

การเดินทาง - สนามบินนานาชาติเชียงใหม่จัดเป็นสนามบินขนาดใหญ่อยู่ในลำดับที่ 3 ของประเทศ รองจากสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิและสนามบินนานาชาติภูเก็ต ปัจจุบัน รองรับเที่ยวบินในประเทศ 401 เที่ยวบินและเที่ยวบินระหว่างประเทศ 76 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ รวมผู้โดยสาร 8 ล้านคนต่อปี โดยมีแผนพัฒนาสนามบินเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังเชียงใหม่โดยรถไฟและรถโดยสารซึ่งให้บริการทุกวันอีกด้วย

วัฒนธรรม - เชียงใหม่เป็นจังหวัดศูนย์กลางทางภาคเหนือของประเทศไทย มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มายาวนาน ควบคู่ไปกับวัฒนธรรมอันหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ปัจจุบัน มีแผนพัฒนาให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมและศิลปะของภูมิภาคอินโดจีน

TCEB ARRANGES FAM TRIP TO STIMULATE CHIANG MAI MICE

TCEB organized a familiarization trip to Chiang Mai in March to stimulate the domestic MICE business, bringing Tambon Administration Organizations (TAOs) to participate in the event. The bureau also showcased unique MICE products of Chiang Mai and neighboring province.

Mr. Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, Director of TCEB's Domestic MICE Department, said that the bureau organized the trip to Chiang Mai from March 8-10, 2012, inviting 30 heads from TAOs nationwide including Pattani, Udon Thani, Nakhon Sawan and Nonthaburi, to join the event. The trip, which was supported by the Thailand Incentive and Convention Association (TICA), aimed at showing visitors Chiang Mai's potential and readiness along with the unique MICE products of Chiang Mai and adjacent province like Lampang. The TAO usually spends about Bt300,000 in organizing each meeting of 50 to 100 participants.

"Chiang Mai has the potential and readiness to organize MICE events. It also ranks among the world's top five travel destinations, according to the survey by Travel + Leisure, which is the USA's leading travel magazine," Mr. Chiruit added.

The familiarization trip included visits to Chiang Mai's new International Convention and Exhibition Center, the Royal Horticultural Show and direct experiences with the diversity of Lanna culture. However, the main focus of the trip was the experiential learning of business through experiments and CSR (Corporate Social Responsibility), which TCEB developed for MICE Cities.

In terms of business through experiments, the TAO heads visited and learnt about the Doi Inthanon Royal Project. For CSR, they visited Siam Cement Group's plant in Lampang, which exemplifies the success of the private sector and the local community in cooperating on environmental management. Both visits offered participants the chance to gain valuable experiences that can be adjusted to suit the community development programs of each TAO. Mr. Chiruit added that the CSR-oriented familiarization trip was one of the domestic MICE promotion programs under the 'D-MICE: Believe in Thailand' campaign initiated in 2011 and which has



been continued into 2012.

Mrs. Prachoom Chayabongse, Chairperson of TICA Marketing Committee, said that the TICA took advantage of the trip to organize a short training course entitled "Preparation of Entrepreneurs for MICE City", which featured a discussion on the topic "Secrets of a Successful Convention". A "Table Top Sales" session was held in order to create opportunities for entrepreneurs who are members of both TICA and other associations based in and outside Chiang Mai to make special offers to the TAO heads.

"We estimate that the attendance of the 30 heads of the TAOs will contribute to around 10,000 domestic meeting clients through 2012, which will generate more than Bt60 million in revenue. The overall picture this year is that the bureau expects to keep the number of domestic MICE travelers at 2 million, generating more than Bt10.9 billion in revenue," said Mr. Chiruit.

Chiang Mai Information

Accommodation and Venue: Chiang Mai offers various types of accommodation from luxury five-star hotels, boutique resorts, budget hotels to home-stay accommodation with a total supply of 33,260 rooms. These are available in the downtown area and around tribal communities and are now a new global travel trend. The new International Convention and Exhibition Center of Chiang Mai is scheduled to open soon. The convention hall boasts a total space of 41,743.50 sqm. with a maximum capacity of 3,500 people.

Transport: Chiang Mai International Airport is Thailand's third largest airport, after Suvarnabhumi International Airport and Phuket International Airport. Currently it handles 401 domestic flights and 76 international flights a week and 8 million passengers a year. Under the development plan, Chiang Mai international airport will be further developed into a hub of regional air travel. Chiang Mai can also be accessed from Bangkok by daily train and bus services.

Culture: Chiang Mai is a northern capital of Thailand, rich in culture and history of its own and offering a wealth of ethnic tribal culture. The city improvement plan was formulated to make Chiang Mai the center of art and culture for the Indochina region.





สสพ. ออกแคมเปญไมซ์ ภูเก็ต เจาะตลาดโอเชียเนีย

สสพ. เปิดตัวแคมเปญการตลาด ประเทศไทย...จุดหมายที่เลือกได้ไม่จืดชืดในงาน Incentives and Meetings Expo 2012 หรือ AIME 2012 ณ นครเมลเบิร์น ออสเตรเลีย โดยนำเสนอเมืองไมซ์ภูเก็ต ภายใต้แนวคิด Phuket: 7 MICE Wonders of the Andaman หรือ ภูเก็ต 7 มหัศจรรย์เมืองไมซ์แห่งอันดามัน เพื่อดึงดูดนักเดินทางไมซ์จากกลุ่มประเทศโอเชียเนีย คาดว่า ตลาดกลุ่มนี้จะทำรายได้ให้กับประเทศไทย 2.2 พันล้านบาท



8

ในการเปิดตัวแคมเปญ ประเทศไทย...จุดหมายที่เลือกได้ไม่จืดชืด พร้อมๆกับการนำเสนอเมืองไมซ์อย่างภูเก็ต ในงาน AIME 2012 ซึ่งเป็นงานเทรดโชว์อุตสาหกรรมประชุมและการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิกครั้งนี้ สสพ. ได้นำผู้ประกอบการไมซ์ไทยทั้งภาคธุรกิจโรงแรม ศูนย์ประชุม สายการบิน และบริษัทนำเที่ยวจำนวนกว่า 34 ราย เข้าร่วมนำเสนอสินค้าและบริการด้านการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้กับกลุ่มลูกค้าในตลาดโอเชียเนียที่สนใจ ซึ่งเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะประเทศจุดหมายของการประชุมและการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีทางเลือกมากมายที่สามารถปรับให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าได้

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยว่า วิกฤตการเงินในกลุ่มประเทศยุโรปและภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในประเทศสหรัฐอเมริกา ผนวกเข้ากับปัญหาอุทกภัยในประเทศไทย ทำให้จำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากยุโรปและอเมริกาในปี 2554 มีจำนวนลดลง ดังนั้น แผนการตลาดไมซ์ปี 2555 โดยเฉพาะกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จะกลับมาเน้นที่ตลาดระยะสั้นอย่างตลาดเอเชียใต้ เอเชียตะวันออก โดยเฉพาะกลุ่มโอเชียเนีย

ทั้งนี้ ในปี 2554 มีผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากโอเชียเนียมายังประเทศไทยประมาณ 33,000 คน สร้างรายได้กว่า 2,000 ล้านบาท ในจำนวนนี้แบ่งเป็นกลุ่มไมซ์จากออสเตรเลียกว่า 20,000 คน นับเป็น 1 ใน 10 ของประเทศที่เดินทางมาไทยอย่างต่อเนื่องกว่า 5 ปี ตามมาด้วยตลาดไมซ์นิวซีแลนด์

“ตลาดโอเชียเนียนิยมจัดงานไมซ์ที่ผสมผสานระหว่างความสะดวกสบายและครบวงจรของการจัดประชุม ผนวกกับความหลากหลายของกิจกรรมที่รองรับด้าน

อินเซนทิฟ สสพ. จึงดึงภูเก็ตมาเป็นตัวชูโรง นำเสนอความพร้อม 7 มิติของภูเก็ตในฐานะเมืองไมซ์ ภายใต้แนวคิด “7 มหัศจรรย์เมืองไมซ์แห่งอันดามัน” เพื่อแสดงจุดขายของจังหวัด ซึ่งเชื่อว่าจะได้รับความนิยมและติดอันดับในใจของนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก โดย สสพ. คาดการณ์ว่า ในปีนี้จะมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากโอเชียเนียมายังประเทศไทยมากกว่า 35,000 คน หรือเติบโตขึ้นร้อยละ 6 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว และจะสร้างรายได้กว่า 2.2 พันล้านบาท” ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าว

7 มหัศจรรย์เมืองไมซ์แห่งอันดามันของภูเก็ต ประกอบด้วย

(1) ศูนย์ประชุมระดับโลก อย่างศูนย์ประชุมและนิทรรศการนานาชาติจังหวัดภูเก็ตที่สร้างบนพื้นที่ 150 ไร่ ห่างจากสนามบินนานาชาติภูเก็ตไปทางเหนือประมาณ 20 กิโลเมตร มีห้องประชุมขนาดใหญ่ที่รองรับได้ตั้งแต่ 500-4,000 คน คาดว่าพร้อมเปิดใช้งานเร็ว ๆ นี้

(2) โรงแรมที่พักยอดนิยม ตั้งแต่ระดับ 3-5 ดาว รีสอร์ทและบ้านพักตากอากาศทั้งในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา รวมกว่า 1,000 แห่ง และมีห้องพักรวมกว่า 74,000 ห้อง

(3) การคมนาคมขนส่งสะดวกสบาย ทางบก : โดยทางหลวงหลักหมายเลข 402 และมีถนนรอบเกาะ รวมทั้งเส้นทางอื่นๆ ที่ไปยังชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ทางน้ำ : มีท่าเรือทั้งสิ้น 38 แห่ง แบ่งเป็น ท่าเทียบเรือระหว่างประเทศ 3 แห่ง ท่าเทียบเรือออร์ชี่ 5 แห่ง ท่าเทียบเรือประมง 14 แห่ง และท่าเทียบเรือพาณิชย์และขนส่ง 16 แห่ง ทางอากาศ : ปัจจุบันมีสายการบิน 44 สายการบิน มีจำนวนเที่ยวบินทั้งในและต่างประเทศ 46,132 เที่ยวบินต่อปี รองรับผู้โดยสารได้มากกว่า 6.7 ล้านคนต่อปี นอกจากนี้รัฐบาลยังได้อนุมัติงบประมาณ 5,700 ล้านบาทในการก่อสร้างและขยายท่าอากาศยานภูเก็ตเพิ่มเติม มีเป้าหมายในการรองรับผู้โดยสารได้เพิ่มขึ้นถึงปีละ 12.5 ล้านคน จนถึงปี 2561 ซึ่งการก่อสร้างจะแล้วเสร็จในปี 2555

(4) ศูนย์อสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ 8 แห่ง ทุกแห่งมีความพร้อม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันทั้งที่พักอาศัย และมีความท้าทาย ตอบสนองทุกความต้องการของนักกอล์ฟมืออาชีพ โดยสนามกอล์ฟในภูเก็ตเป็นเวทีของการแข่งขันกอล์ฟระดับโลก อาทิ Johnnie Walker Classic / Honda Classic และมีสนามที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของสุดยอดสนามในเอเชีย อย่าง ลาгуน่า ภูเก็ต กอล์ฟ คลับ

(5) แหล่งท่องเที่ยวครบครันสำหรับประสบการณ์ทุกรูปแบบ แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดชั้นนำ อย่าง หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน เป็นหาดทรายขาว มีกิจกรรม

การท่องเที่ยวที่คึกคักตลอดทั้งวัน ทั้งกิจกรรมชายหาด กิจกรรมกีฬาทางน้ำ กิจกรรมปั่นจักรยานและนั่งรถจักรยานรูปแบบต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่าง สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาพระแทว ศูนย์ศึกษาธรรมชาติท่าจัดไร่ มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนระยะทาง 600 เมตร แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ ภูเก็ตมีเกาะบริวารทั้งหมด 39 เกาะ ส่วนใหญ่อยู่ทางตะวันออกและทางตอนใต้ของเกาะภูเก็ต เกาะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ เกาะราชาใหญ่ เกาะราชาน้อย เกาะเฮ เกาะโหล่น เกาะไม้ท่อน แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เช่น อาคารศิลปะแบบชิโนโปรตุเกสที่มีอยู่หลายแห่ง ทั้งพิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทยหัว ศาลากลางจังหวัดภูเก็ต ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขหลังเก่า ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต

(6) จุดหมายของการแข่งขันเรือใบระดับนานาชาติ ภูเก็ตได้รับการยกย่องให้เป็นจุด

หมายของการแข่งขันเรือใบระดับนานาชาติ มีการแข่งขันเรือใบชั้นนำอย่างมหกรรมการแข่งขันเรือใบภูเก็ต คิงส์คัพ รีเกตต้า ซิงถั่วพระราชทาน หรือ การแข่งขันเรือใบนานาชาติ SIX SENSE Phuket Raceweek

(7) อาหารทะเลพื้นเมืองและอาหารฮาลาล ที่ได้รับความนิยมและมาตรฐานระดับโลก นอกจากภูเก็ตจะได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองแห่งอาหารทะเล และอาหารท้องถิ่นที่สร้างความประทับใจแก่นักเดินทางจากทั่วโลกแล้ว ยังมีอาหารฮาลาลที่ผลิตอย่างได้มาตรฐานรองรับกลุ่มมุสลิม โดยภูเก็ตได้รับการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางอาหารและธุรกิจฮาลาล มีการจัดงานแสดงสินค้าอาหารฮาลาลภูเก็ตในกลุ่มประเทศสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย) มีองค์กรด้านมาตรฐานฮาลาล 70 แห่ง จาก 35 ประเทศทั่วโลกเข้าร่วมงาน

TCEB INTRODUCES PHUKET MICE AIMING TO ATTRACT OCEANIA MARKET

TCEB launched its marketing campaign “Thailand: Destination of Choices” at AIME 2012 in Melbourne, Australia with the MICE City of Phuket highlighted under the theme “Phuket: 7 MICE Wonders of the Andaman” to draw MICE travelers from Oceania. The bureau anticipated that this market will generate Bt2.2 billion in revenue for the country this year.

In showcasing “Thailand: Destination of Choices and highlighting the MICE City of Phuket at the AIME 2012, the Asia Pacific’s largest trade show for meetings and incentive travel industry, the bureau led 34 representatives of leading Thai MICE operators, hotels, conference centers, airlines and travel agencies to present their products and services to potential buyers in the Oceania market. The event aimed at promoting Thailand as a superior convention and incentive travel destination offering a variety of destination choices, which can be tailored to suit the needs of each market.

Mr. Akapol Sorasuchart, the TCEB’s President, attributed the decline in the number of MICE travelers from Europe and America in 2011 and its effects on Thailand’s MICE industry to the European financial crisis, the economic slowdown in the United States, and the flooding in the central region of Thailand. Therefore, the marketing plan for the year 2012, particularly for conventions and incentive travel, would target the short-haul markets, such as South Asia, East Asia and especially Oceania.

In 2011, Thailand welcomed approximately 33,000 MICE travelers from Oceania, generating Bt2 billion in revenue. For the Oceania market, Australia is among the top ten countries to have regularly attended MICE events in Thailand over the past 5 years, with more than 20,000 MICE visitors coming to Thailand in 2011. New Zealand’s MICE travelers were in second place.

“As the Oceania MICE market tends to favor events that blend comfort with a comprehensive range of professional meeting services and activities geared for the incentive travel business, we have designated Phuket as a flagship destination because of its excellence in 7 key aspects, which has given rise to its slogan “7 MICE Wonders of the Andaman”. The slogan has been designed to showcase the southern island’s strengths and diversity, which will stay in the hearts of tourists and MICE visitors alike. We forecast that more than 35,000 MICE visitors from Oceania will visit Thailand during 2012 – a growth of 6 percent over last year, with revenues reaching Bt2.2 billion”, said Mr. Akapol.

The Phuket: 7 MICE Wonders of the Andaman are listed below:

(1) A world-class convention centre. The Phuket International Convention and Exhibition Centre, located close to Mai Khao beach in Thalang District, 20 kilometers north of Phuket International Airport, is now under construction on a 60-acre site. Its conference halls will accommodate from 500 to 4,000 participants, and the facility is expected to officially open soon.

(2) Accommodation. A wide diversity of accommodation is available in Phuket and the adjacent provinces of Krabi, and Phang Nga - in all, more than 1,000 venues and 74,000 hotel rooms. Phuket also has 3 to 5-star resorts and villa accommodation in all parts of the island, with many offering 5-star private villas set in lush tropical gardens, in close proximity to the sea.

(3) Transportation. Phuket is easily accessed by land, air and sea,

- By road: Located about 800 kilometers south of Bangkok, the province of Phuket is linked to the capital city via Highway 402, and has excellent roads connecting all parts of the island. Roads leading off Highway 402 provide convenient access to local villages and both tropical and oceanic attractions. Daily bus services operate between Phuket and Bangkok.

- By sea: Phuket has a total of 38 ports, piers and jetties, including 3 international jetties, 5 yachting marinas, 14 fishing ports and 16 commercial ferry ports.

- By air: Phuket International Airport services 44 airlines. It can accommodate up to 20 flights per hour, and averages 46,132 domestic and international flights carrying more than 6.7 million passengers per year. The government recently approved a budget of Bt5.7 billion for the expansion of Phuket International Airport. When completed in 2012, the new facility will accommodate 12.5 million passengers per year by 2018. The flight from Bangkok to Phuket takes 1 hour 10 minutes.

(4) Eight world-class golf courses. With amazing courses and facilities, as well as spectacular views and challenges, Phuket meets all the needs of professional golfers. Its impeccable courses regularly host flagship tournaments, such as the Johnnie Walker Classic/ Honda Classic. The island boasts one of the top ten golf courses in Asia, Laguna Phuket Golf Club.

(5) Diverse choices of tourism and leisure activities. World-famous beach destinations, such as Patong, Kata and Karon offer pure white sandy settings and every imaginable kind of water sports, beach fun activities and recreation. Eco-tourism offers a change of pace - the Khao Phra Thaeo Wildlife Conservation Development and Extension Centre has a 600m mangrove trail. Island-hopping can be enjoyed - Phuket has a total of 39 pristine islands, mostly to the east and south of the main island. The most popular of these are Koh Racha Yai, Koh Racha Noi, Koh He, Koh Lon and Koh Mai Ton. In terms of historical heritage and culture, traditional Sino-Portuguese architecture can be seen all around Phuket Municipality; for example, the Thai Hua Museum, Phuket City Hall, the Old Post and Telegraph Building, and Phuket Cultural Center.

(6) Acclaimed destination for international competitive sailing. Phuket has been recognized as a world-beating destination for international competitive sailing. Leading annual events include the Asian Regatta, Phuket King’s Cup Regatta, and the Six Senses Phuket Raceweek.

(7) World-class seafood, local and halal cuisine. Phuket is known throughout the world for its wonderful seafood and local unique cuisine. Phuket has also been developed into a hub for halal food, produced to meet food production standards for Muslims. The Halal International Forum and Andaman Muslim Expo 2011 was held in Phuket last year, attended by representatives from the economic triangle of Thailand, Malaysia and Indonesia, along with 70 halal organizations from 35 countries around the world.





สสพ. จัดโรดโชว์รัสเซีย-ญี่ปุ่น ลูกค้าองค์กรตอบรับแคมเปญ ประเทศไทย...จุดหมายที่เลือกได้ไม่รู้จบ



สสพ. จัดกิจกรรมโรดโชว์ที่ญี่ปุ่น และรัสเซีย เพื่อกระตุ้นตลาดผ่านแคมเปญ ประเทศไทย...จุดหมายที่เลือกได้ไม่รู้จบ หรือ Thailand: Destination of Choices พบรัสเซียสนใจการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และมีลูกค้าองค์กรร่วมงานเพิ่มขึ้น ตอบรับแคมเปญของ สสพ. ส่วนญี่ปุ่นยังมองไทยมีจุดแข็ง แต่กังวลเรื่องความมั่นคง

การจัดโรดโชว์ในเมืองโอซาก้าและโตเกียวที่ญี่ปุ่นในเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา เป็นการประสานงานกันระหว่าง สสพ. ภายใต้ THAI TEAM และ Japan Association of Travel Agents (JATA) สามารถดึงดูดบริษัทไมซ์และบริษัทท่องเที่ยวชั้นนำของญี่ปุ่นราว 120 บริษัทเข้าร่วมงานพบปะและเจรจาตกลงกับผู้ประกอบการไมซ์ 10 รายของไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อฟื้นฟูความมั่นใจนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากญี่ปุ่นหลังเกิดปัญหาอุทกภัยในประเทศไทย

คณะทำงาน THAI TEAM นำโดย สสพ. ประกอบด้วยผู้แทนจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร การบินไทย และเมืองไมซ์ทั้ง 3 เมือง (พัทยา เชียงใหม่ และกรุงเทพฯ) จัดโรดโชว์เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าชาวญี่ปุ่นว่า จะได้รับการอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางสู่ประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการทำงานร่วมกันเชิงบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของไมซ์

ทั้งนี้ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยเป็นกิจกรรมที่ผู้ประกอบการไมซ์ญี่ปุ่นให้ความสนใจ เพราะประเทศไทยมีจุดแข็งในเรื่องความหลากหลายของพื้นที่จุดหมายสำหรับการเดินทาง มีกิจกรรมหลากหลายประเภทให้เลือก และคุ้มค่าเม็ดเงิน ประเด็นที่ผู้ประกอบการญี่ปุ่นกังวลคือเรื่องความมั่นคงปลอดภัยหลังเกิดเหตุการณ์ทางการเมืองและปัญหาอุทกภัย แต่ยังคงสนใจช่องทางทางการทำธุรกิจในประเทศไทย

ในปี 2555 สสพ. ตั้งเป้าหมายดึงดูดนักเดินทางไมซ์จากญี่ปุ่นให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 หรือประมาณ 58,728 คน และนำรายได้เข้าสู่ประเทศประมาณ 3,733 ล้านบาท จากจำนวน 50,617 คน และ 3,614 ล้านบาทในปีที่ผ่านมาซึ่งเป็นปีที่จำนวนนักเดินทางชาวญี่ปุ่นมีสัดส่วนร้อยละ 10.3 ของจำนวนนักเดินทางไมซ์ชาวเอเชียทั้งหมดในประเทศไทย

สำหรับตลาดรัสเซีย สสพ. ได้จัดโรดโชว์ที่เมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก และเมือง

มอสโกว์ เมื่อเดือนมีนาคม โดยได้รับเกียรติจากนางวาทรีทธิ ดิษฐบรรจง เอกอัครราชทูตไทยประจำสหพันธรัฐรัสเซียมาร่วมเปิดงานทั้งสองเมือง

การจัดโรดโชว์ที่เมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก มีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเมืองเข้าร่วมงาน 30 ราย ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจัดทัวร์ท่องเที่ยวทั่วไป เพราะตลาดองค์กร หรือ corporate market ในเมืองนี้ยังไม่เติบโตมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองมอสโกว์ ในงานนี้มีการจัดโต๊ะให้ผู้ประกอบการในเมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์กพบปะกับผู้ประกอบการชาวไทยจำนวน 6 ราย เพื่อสำรวจและเจรจาช่องทางธุรกิจ และพบว่าผู้ประกอบการบางราย เช่น Versa, Council of Tourism, Avisenna และ Soleans ล้วนสนใจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย โดยให้ความสำคัญกับตลาด luxury incentive มากกว่าการประชุมหรือการสัมมนา นอกจากนี้ ยังได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนสายการท่องเที่ยวที่เข้ามาติดตามรายงานเหตุการณ์ เช่น นิตยสาร Tour Business และนิตยสาร EVENTS

ส่วนการจัดโรดโชว์ในเมืองมอสโกว์ มีผู้ประกอบการรัสเซียเข้าร่วมงานถึง 56 ราย เพิ่มจากปีที่แล้วที่มีจำนวน 41 ราย ในจำนวน 56 รายนี้ เป็นผู้แทนองค์กรขนาดใหญ่ร้อยละ 10 อาทิ Ford Motors, Banking Production Center, National Computer Corporation, L'Oreal เป็นต้น และที่สำคัญมีผู้แทนที่ดูแลตลาดไมซ์ให้กับลูกค้าองค์กรมาร่วมงานถึง 10 ราย อาทิ Aero Club Tour, Continent Express, Nicko Travel, ATH และ MaxiMice เป็นต้น พร้อมกันนี้ สสพ. ได้จัดโต๊ะและห้องประชุมให้ผู้ประกอบการของไทยจำนวน 7 รายได้พบปะเจรจาช่องทางธุรกิจกับผู้ประกอบการรัสเซีย เช่นเดียวกับในเมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก มีสื่อมวลชนรัสเซียเข้าร่วมรายงานโรดโชว์ของ สสพ. ทั้งนิตยสาร Tour Business, EVENT, Big Business และ TTG-Russia

จากการสำรวจของ สสพ. พบว่าลูกค้ารัสเซียต่างพอใจกับแคมเปญ Thailand: Destination of Choices โดยเห็นพ้องกันว่ามีความน่าสนใจ ความชัดเจน เหมาะสำหรับการนำเสนอประเทศไทยต่อลูกค้าองค์กรในรัสเซีย และเป็นการสะท้อนจุดแข็งของไทยให้ลูกค้ารัสเซียรับทราบได้เป็นอย่างดี



TCEB ORGANIZES ROAD SHOWS IN RUSSIA AND JAPAN CORPORATE CLIENTS RESPOND TO DESTINATION OF CHOICES CAMPAIGN

TCEB organized road shows in Japan and Russia in February and March to boost the MICE market through its “Thailand: Destination of Choices” campaign. A high number of corporate clients in Russia participated in the event and responded positively to the campaign, which resulted in boosting interest in incentive travel. Japan showed confidence in Thailand’s strength but expressed concerns about security.



The road shows in Osaka and Tokyo organized in February were the result of collaboration between the THAI TEAM led by the TCEB and the Japan Association of Travel Agents (JATA). The event attracted around 120 leading Japanese MICE and travel companies who met 10 Thai MICE operators for trade negotiations. The road shows aimed at restoring the confidence of Japanese MICE travelers following last year’s flood crisis in Thailand.

In an integrated approach to promoting Thailand as a MICE destination, the THAI TEAM led by the TCEB consisted of representatives of the Immigration Bureau, the Customs Department, Thai Airways International and three MICE Cities (Pattaya, Chiang Mai and Bangkok). Together, they assured Japanese clients they would enjoy convenience and full facilitation of services in traveling to Thailand.

Incentive travel was the main area of interest of Japanese operators, who recognized Thailand’s strength in diversity of destinations, wide choices of activities and value for money. However, Japanese operators remained concerned about security, following the internal political incidences and flooding crisis, though still interested in doing business in Thailand.

For 2012, the TCEB has set a target of 15% growth in Japanese MICE travelers to Thailand, or around 58,728 visitors, generating an estimated revenue of Bt3.733 billion, up from 50,617 travelers and Bt3.614 billion from the same period last year. Japanese MICE travelers accounted for 10.3% of the overall number of Asian MICE travelers to Thailand.

For the Russian market, the TCEB organized road shows in St. Petersburg and Moscow in March 2012. TCEB was honored by the presence of Dr. Itti Ditbanjong,

Thailand’s Ambassador to the Russian Federation, who delivered the opening remarks at the events in both cities.

The road show in St. Petersburg welcomed more than 30 local tourism operators, most of them from travel agencies, as the corporate market in this city is not as developed as that of Moscow. A table sales session was set to allow St. Petersburg’s operators and six Thai operators to meet and discuss business opportunities. Some operators such as Versa, Council of Tourism, Avisenna and Soleans expressed

interest in travel incentives in Thailand, especially luxury incentives rather than in meetings or seminars. This road show also attracted the travel media, among them Tour Business magazine and EVENTS magazine.

The road show in Moscow attracted 56 Russian operators, compared to 41 last year. Of the 56 operators, 10 per cent were major corporate representatives, among them, Ford Motors, Banking Production Center, National Computer Corporation and L’Oreal.

Most importantly, the road show also welcomed 10 tourism representatives who manage the MICE market for corporate clients, including Aero Club Tour, Continent Express, Nicko Travel, ATH and MaxiMice. TCEB held a table sales session for 7 Thai MICE operators to discuss business opportunities with the Russian operators. The

Russian press attending the event were Tour Business magazine, EVENT magazine, Big Business magazine and TTG-Russia magazine.

A survey conducted by the TCEB indicated that the Russian clients were satisfied with the “Thailand: Destination of Choices” campaign. They all agreed it delivered a clear and concise message and was suitable for presenting Thailand to Russian corporate clients. It also reflected Thailand’s strengths in a way that the Russians could easily perceive.





คนไทยหนุนท่วมท้น ไทยเจ้าภาพเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 อโยธยา

สสพ. เผยการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ และทัศนคติของคนไทย ต่อความพร้อมของประเทศไทยในการจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ภายใต้โครงการ Believe in Thailand ณ งานบีโอไอ แอฟ 2011 พบร้อยละ 99 ของผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพงานมหกรรมเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 อโยธยา และยินดีให้ความร่วมมือในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับผู้มาเยี่ยมชมงาน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10,100 คน ระหว่างวันที่ 4-15 มกราคม 2555 ที่ม้งานบีโอไอ แอฟ



จำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์ 10,100 คนแบ่งเป็นผู้บริหารและพนักงานในองค์กรต่าง ๆ 54% อีก 40% เป็นนักเรียนนักศึกษา และ 6% เป็นแม่บ้าน คนวัยเกษียณและผู้ไร้แรงงาน ในจำนวนของผู้ถูกสัมภาษณ์พบว่า 71% อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร อีก 29% มีถิ่นพำนักในต่างจังหวัดที่ครอบคลุมทุกภาคของประเทศไทย

ผลสำรวจครั้งนี้สะท้อนถึงความสำเร็จของ “ศาลาเอ็กซ์โป 2020 มั่นใจเมืองไทยพร้อม” ของ สสพ. ณ งานบีโอไอ แอฟ ในการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ปลุกฝังความรู้สึกภาคภูมิใจในประเทศที่มีประวัติศาสตร์การเข้าร่วมงานเวิลด์ เอ็กซ์โปอย่างยาวนาน การแสดงถึงศักยภาพของประเทศไทยในฐานะผู้ยื่นประมูลสิทธิ์จัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป และการสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทยในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพ

ผู้ร่วมงานเกือบทั้งหมดจึงรู้สึกมั่นใจในศักยภาพของประเทศไทย อยากให้ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพ และพร้อมที่จะให้ความร่วมมือ และสนับสนุนในการร่วมเป็นเจ้าภาพที่ดี โดยมีผลสำรวจดังนี้

อยากให้ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพ 99%

- อยากให้เป็นเจ้าภาพมาก 66%
- อยากให้เป็นเจ้าภาพ 28%
- ค่อนข้างอยากให้เป็นเจ้าภาพ 5%

เชื่อมั่นในศักยภาพของประเทศไทย 96%

- เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่ง 35%
- เชื่อมั่นมาก 35%
- ค่อนข้างเชื่อมั่น 26%



พร้อมจะร่วมมือร่วมใจเป็นเจ้าภาพที่ดี 99%

- ร่วมมืออย่างแน่นนอน 54%
- ร่วมมือเต็มที่ 31%
- พร้อมที่จะร่วมมือ 14%

ผลการสำรวจความคิดเห็นของประชากรที่ประเทศไทยเสนอตัวประมูลสิทธิ์เป็นเจ้าภาพงานเวิลด์ อีควีโป 2020 อยู่ยยา พบว่า ประชาชนที่เข้าร่วมชม “ศาลาเอ็กซ์โป 2020 มั่นใจเมืองไทยพร้อม” ของ สสปท. ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า งานมีส่วนช่วยเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อีกทั้งยังรู้สึกภาคภูมิใจในประเทศที่มีประวัติศาสตร์การเข้าร่วมกับเวิลด์ อีควีโปมายาวนาน และมีศักยภาพในการเสนอตัวเป็นผู้จัดงาน รายละเอียดที่น่าสนใจในศาลาเอ็กซ์โป 2020 ครั้งนี้ ทำให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทยในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพงานเวิลด์ อีควีโป

ผลสำรวจ

- งานมีส่วนช่วยเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ 94%
- รู้สึกภาคภูมิใจในประเทศที่มีประวัติศาสตร์การเข้าร่วมงานเวิลด์ อีควีโปอย่างยาวนาน 96%
- รู้สึกภาคภูมิใจในประเทศไทยกับการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพงานระดับโลก 95%
- รู้สึกมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทยในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพงานระดับโลก 91%

ผู้ร่วมงานส่วนใหญ่จะรับรู้ถึงประโยชน์ในการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อย่าง เวิลด์ อีควีโป 2020 โดยเฉลี่ยประมาณ 4 ประโยชน์ ส่วนมากเป็นเรื่องช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจจากการนำรายได้เข้าประเทศ ช่วยสร้างชื่อเสียงให้ประเทศ รวมทั้งทำให้ประเทศเป็นที่รู้จักมากขึ้น ช่วยเพิ่มความมั่นใจในศักยภาพของประเทศเจ้าภาพในสายตาชาวต่างชาติ ช่วยเพิ่มแนวโน้มของการเติบโตของการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งการรับรู้ตรงนี้มากพอที่จะสร้างความมั่นใจ อย่างไรก็ตาม สสปท. ยังควรเน้นความ

รู้ด้านอื่น ๆ ที่จะเกิดจากงานเวิลด์ อีควีโป เช่น การสร้างองค์ความรู้ และเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ เช่น ระบบคมนาคม, สาธารณูปโภค ช่วยลดอัตราการว่างงานที่มีอยู่ในประเทศ ช่วยส่งเสริมและปรับปรุงคุณภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อประเทศที่คนส่วนมากยังไม่ค่อยตระหนักถึง

ผลสำรวจ

- ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจจากการนำรายได้เข้าประเทศ 81%
- ช่วยสร้างชื่อเสียงให้ประเทศ รวมทั้งทำให้ประเทศเป็นที่รู้จักมากขึ้น 64%
- ช่วยเพิ่มความมั่นใจในศักยภาพของประเทศเจ้าภาพในสายตาชาวต่างชาติ 61%
- ช่วยเพิ่มแนวโน้มของการเติบโตของการลงทุนจากต่างประเทศ 54%
- สร้างองค์ความรู้ และเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่ ๆ 48%
- เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ 45%
- ช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ เช่น ระบบคมนาคม, สาธารณูปโภค 45%
- ช่วยลดอัตราการว่างงานที่มีอยู่ในประเทศ 42%
- ช่วยส่งเสริมและปรับปรุงคุณภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม 36%

บทสรุป

- ศาลาเอ็กซ์โป 2020 ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วทุกภาคของประเทศไทย และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของเวิลด์ อีควีโป 2020 คือ เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่หรือเป็นกลุ่มที่พร้อมเปิดรับอะไรใหม่ๆ เช่น นักเรียน นักศึกษา กลุ่มเริ่มทำงาน และกลุ่มคนทำงาน generation x ที่สายอาชีพจัดอยู่ในกลุ่มผู้ไม่ได้ใช้แรงงาน (white collar)
- การจัดแสดงของศาลาเอ็กซ์โป 2020 ได้รับการตอบรับที่ดีมากจากประชาชนทุกกลุ่ม ศาลาเอ็กซ์โป 2020 ไม่เพียงแต่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ในกลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มคนทำงาน ในกรุงเทพฯ เท่านั้น แต่ยังสามารถขยายฐานการสร้างความรู้ความเข้าใจไปถึงกลุ่มผู้สูงวัย กลุ่มแม่บ้าน คนว่างงาน ผู้ใช้แรงงาน และ กลุ่มคนต่างจังหวัด ซึ่งเดิมทีอาจมีความสนใจและโอกาสที่จะติดตาม รับรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับงานระดับชาติน้อยกว่ากลุ่มอื่น
- ด้วยการตอบรับในเชิงบวก ผู้ที่ได้เข้าร่วมงานนี้ จึงสามารถเป็นกระบอกเสียงสร้างกระแสการยอมรับในการสนับสนุนให้ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการเป็น



เจ้าภาพการจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติได้เป็นอย่างดี และ สสพ. สามารถมั่นใจได้ว่าจะได้รับแรงสนับสนุนในระหว่างการทำงานขั้นตอนต่อไปในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพ

•ผู้ร่วมงานส่วนใหญ่รู้สึกมีส่วนร่วมและพร้อมที่จะให้ความร่วมมือร่วมใจในการเป็นเจ้าภาพที่ดี อย่างไรก็ตาม กลุ่มนักเรียน นักศึกษา จะมีความพร้อมน้อยกว่ากลุ่มอื่น

เล็กน้อย ซึ่งอาจเป็นเพราะนิทรรศการไม่ออกว่าสามารถให้ความร่วมมือได้อย่างไร และอาจติดการเรียนรู้ แต่มีใจพร้อมที่จะให้ความร่วมมือ ดังนั้น ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียน นักศึกษาว่าพวกเขาสามารถให้ความร่วมมือได้อย่างไร เช่น การเป็นอาสาสมัครในวันหยุด เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ร่วมงาน เป็นต้น



OVERWHELMING SUPPORT FOR THAILAND'S BID TO HOST WORLD EXPO 2020 AYUTTHAYA

TCEB has revealed the results of a survey conducted at the BOI Fair on the perceptions and opinions of the Thai people as to the readiness of Thailand to host international conventions and exhibitions under the “Believe in Thailand” campaign. It is found that 99% wanted Thailand to host the World Expo 2020 Ayutthaya and were ready to lend cooperation to be a good host, after 10,100 people were interviewed during January 4-15, 2012.

Of all those interviewed, 54% were white collar employees in both private and public sectors, 40% were students and 6% were housewives, retirees and blue collar workers. As for the residence of the respondents, 71% reside in Bangkok and 29% in other provinces across the country.

The results demonstrate that the TCEB achieved great success in showcasing 'Believe in Thailand: EXPO 2020 Pavilion' at BOI Fair to foster understanding about the benefits of hosting international conventions and exhibitions and in cultivating a sense of pride in the country's long history of participation in the World Expos. The pavilion also showed the capability of Thailand's submission of the bid to host the World Expo and stimulate public participation in the event. Most visitors were confident in Thailand's potential and wanted Thailand to win the bid. In addition, they were ready to support and jointly host the event.

Survey responses:

Visitors wanted Thailand to host the event: 99%

- Strongly support: 66%
- Support: 28%
- Somewhat support: 5%

Visitors were confident in Thailand's capability: 96%

- Strongly confident: 35%
- Very confident: 35%
- Somewhat confident: 26%

Visitors were ready to unite to be a good host: 99%

- Definitely cooperate: 54%

- Strongly cooperate: **31%**
- Ready to cooperate: **14%**

Opinions on the submission of a bid to host the World Expo 2020 showed that most people who visited 'Believe in Thailand: EXPO 2020 Pavilion' agreed that the event helped further knowledge about Thailand playing host to international conventions and exhibitions. They were also proud of Thailand's long history of participation in the World Expos and believed that Thailand has the capability for submitting the bid to host the event. The project details presented in the pavilion enhanced visitors' awareness and encouraged them to be part of Thailand's submission to host events like the World Expo.

Survey responses:

- The event enhanced knowledge about Thailand's hosting the international conventions and exhibitions: **94%**
- Visitors were proud of Thailand's long history of participation in the World Expos: **96%**
- Visitors were proud that Thailand submitted a bid to host the world event: **95%**
- Visitors realized the need to participate and be part of Thailand's bidding submission to host the world event: **91%**

Most visitors acknowledged the benefits of hosting international conventions and exhibitions like the World Expo 2020. They indicated four benefits: the event will help stimulate the economy through the revenue generated; it will boost the country's reputation; it will enhance confidence in the capability of the host country in the eyes of the international community; and it will increase the potential growth of direct foreign investment. While these perceptions were sufficient to build the bureau's confidence, the TCEB should, however, emphasize other advantages in hosting the World Expo, among them, the creation of new knowledge, the opening up of new points of view on innovations and technologies, the development of infrastructure of the country, including transportation and public utilities. Moreover, the event will help reduce the unemployment rate in the country and support and improve quality of society and the environment. Although less immediately visible, these factors will be beneficial to the country.

Survey responses:

- The event will stimulate the economy through revenue generated: **81%**

- The event will enhance the country's reputation and allow it to become more widely known: **64%**
- The event will boost the confidence in the capability of the host country among the international community: **61%**
- The event will increase the potential growth of direct foreign investment: **54%**
- The event will create knowledge, open new points of view on innovations and technologies: **48%**
- The event will be a mechanism to create international relationships: **45%**
- The event will help develop the country's infrastructure, such as transportation system and public utilities: **45%**
- The event will reduce the unemployment rate in the country: **42%**
- The event will support and improve quality of society and environment: **36%**

Conclusion

- The Believe in Thailand: EXPO 2020 Pavilion attracted public interest from all regions of the country. Most visitors were from the World Expo 2020 target group: that is the young generation or those who are ready to accept new things, such as students, young workers and white-collar members of generation X.
- The Expo Pavilion showcase received a strong response from all groups. Not only was it able to communicate with the target group, especially members of the young generation and working people in Bangkok, but the pavilion also widened the knowledge base of the elderly, housekeepers, unemployed persons, laborers and people in the provinces. While many in this group may be interested, they have fewer chances to obtain information about national events than other groups.
- The positive response shows that the participants are able to become the mouthpieces in promoting and supporting Thailand as the host of international conventions and exhibitions. As a result, the TCEB is confident of receiving strong support as it moves forward in the process of the bidding to host the event.
- Most visitors were happy to participate and were ready to unite to be a good host. However, school and university students seemed to be less ready than other groups. Probably they could not imagine how they would be able to cooperate. They might be studying but want to participate in the event. Therefore, information should be provided as to how people, especially students, are able to support the event through volunteering during the holidays to accommodate visitors to the event.





สสพ. จัดตั้ง “พันธมิตรไมซ์แห่งอาเซียน” นำร่องลงนามร่วมมือภาคเอกชนเวียดนาม

สสพ. เร่งขยายเครือข่ายพันธมิตรอาเซียนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาครองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ประเดิมลงนามความร่วมมือกับ “สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งเวียดนาม” หรือ Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา



16

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. เปิดเผยว่า ที่ผ่านมา สสพ. ได้ร่วมกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย จัดทำแผนยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งครอบคลุมใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ด้านการดำเนินธุรกิจ 2) ปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคแรงงานไมซ์ไทย 3) การเตรียมความพร้อมในทุกภาคส่วน และ 4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาลต่อภาคเอกชน และล่าสุดได้จัดทำแผนนโยบายและยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพิ่มเติมในระดับภูมิภาคอาเซียน โดยมุ่งเน้นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐบาล (Government-to-Government) และเอกชน (Government-to-Business) ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนซึ่งในเบื้องต้น สสพ. ได้จัดตั้ง “พันธมิตรไมซ์แห่งอาเซียน” เพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเติบโต และมีศักยภาพการแข่งขันในระดับนานาชาติ

การจัดตั้ง “พันธมิตรไมซ์แห่งอาเซียน” เป็นโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมความร่วมมือ และสร้างเครือข่ายในระดับภูมิภาค เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์อาเซียน และก่อให้เกิดผลสะท้อนในเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย นายอรรถพล กล่าวว่า สสพ. ได้ริเริ่มโครงการนำร่องกับประเทศเวียดนาม เนื่องจากนักท่องเที่ยวเวียดนามมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้น และผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติจากประเทศเวียดนามมีจำนวนสูงสุดเป็นอันดับ 5 ในภูมิภาคอาเซียน

ดังนั้น สสพ. นำโดยนางศุภวรรณ ตีระรัตน์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดสินค้านานาชาติ จึงได้ร่วมลงนามความร่วมมือกับ “สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งเวียดนาม” หรือ Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) นำโดยนาย Hoang Van Dung ณ กรุงฮานอย เมื่อกลางเดือนมีนาคม 2555

นางศุภวรรณ กล่าวว่า ความร่วมมือนี้จะทำให้ไทยและเวียดนามเป็นหุ้นส่วนส่งเสริมความร่วมมือด้านทรัพยากรมนุษย์และด้านเศรษฐกิจ โดยจะดำเนินการผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งไทยและเวียดนามจะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน จัดทำกิจกรรมสนับสนุนการตลาดต่างประเทศ (Cross-Promotion) ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมไมซ์ เป็นต้น

ส่วนนาย Dung กล่าวว่า บันทึกความเข้าใจฉบับนี้ จะช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และช่วยพัฒนาธุรกิจให้กับผู้ประกอบการของทั้งสองประเทศ รวมทั้งช่วยกันสนับสนุนด้านการฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และได้ย้ำว่า การเอื้ออำนวยความ

สะดวกต่อกันระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้แต่ละฝ่ายได้พัฒนาและเติบโตในขณะที่ภูมิภาคนี้กำลังมีความก้าวหน้า

ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวเพิ่มเติมว่า สสพ. ได้เริ่มขยายความร่วมมือกับเวียดนามมาก่อนแล้ว โดยได้ลงนามความร่วมมือร่วมกับ “องค์การส่งเสริมการค้าและการลงทุนแห่งเวียดนาม” หรือ The Vietnam Trade Promotion Agency (VIETRADE) มาแล้วเมื่อปี 2553 ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างไทยและเวียดนามเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 15-20 ต่อปี และทำให้เวียดนามเป็นตลาดไมซ์ที่มีศักยภาพสูงมากอีกประเทศหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติ

นายอรรถพล กล่าวว่า สสพ. ได้เร่งขยายตลาดการประชุมในเวียดนาม ซึ่งถือเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยจะรุกตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมองค์กร และการประชุมนานาชาติในตลาดเวียดนาม คาดว่าจะสามารถขยายตลาดไมซ์ไทยในเวียดนามได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 สร้างรายได้เข้าประเทศผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอีกกว่า 75 ล้านบาทภายในปี 2555

นอกจากนี้ สสพ. จะเดินทางขยายความร่วมมือภายใต้แผนกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย “พันธมิตรไมซ์แห่งอาเซียน” ร่วมกับกลุ่มประเทศสมาชิกภายในภูมิภาคต่อไป โดยจะมุ่งเน้นประเทศที่เป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูง อาทิ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และจอร์เจีย ขยายจนครบทุกประเทศสมาชิกในภูมิภาคอาเซียน เพื่อร่วมกันผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์อาเซียนเติบโตอย่างแข็งแกร่งและแข่งขันได้ในระดับโลกต่อการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 พร้อมสะท้อนภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในอาเซียน

รายงานปี 2554 ของสมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก หรือ UFI ระบุว่าประเทศไทยมีรายได้จากการจัดงานแสดงสินค้าสูงถึง 132 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคอาเซียน และประเทศเวียดนามมีมูลค่า 42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอันดับ 5 ในภูมิภาคอาเซียน สำหรับในส่วนของการประชุมการประชุมประเทศไทยและเวียดนามอยู่ในอันดับที่ใกล้เคียงกันโดยรายงานสถิติ Country and City Ranking Report จากสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ICCA) ระบุว่าประเทศไทยและเวียดนามติดอันดับ 20 ประเทศที่น่าจัดประชุมสูงสุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และตะวันออกกลาง โดยประเทศไทยติดอันดับ 9 และประเทศเวียดนามติดอันดับ 13

ภาวะการค้าไทยและเวียดนาม (ม.ค.-ก.ย. 2554)

- **มูลค่ารวม:** 7,048.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.22
- **การส่งออก:** ไทยส่งออกไปยังเวียดนามเป็นมูลค่า 5,504.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.79
- **สินค้าส่งออก 5 อันดับแรก** ประกอบด้วยน้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ เหล็ก/เหล็กกล้า/ผลิตภัณฑ์ และ รถยนต์/อุปกรณ์/ส่วนประกอบ
- **การนำเข้า:** ไทยนำเข้าจากเวียดนามเป็นมูลค่า 1,544.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.04
- **สินค้านำเข้า 5 อันดับแรก** ประกอบด้วยเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เครื่องจักรไฟฟ้า/ส่วนประกอบ เหล็ก/เหล็กกล้า/ผลิตภัณฑ์ ด้าย/เส้นใย และน้ำมันดิบ

Trade between Thailand and Vietnam (Jan-Sept 2011)

- **Total value:** 7,048.5 million \$US, increase by 37.22%
- **Export:** Thai export to Vietnam was valued at 5,504.1 million \$US, increase by 33.79%
- **Top five exports** were refined oil, plastic pellets, chemicals, steel/steel products, and auto/equipment/parts
- **Import:** Thailand's import from Vietnam was valued at 1,544.4 million \$US, increase by 51.04%
- **Top five imports** were home electric appliances, electric engine/parts, steel/steel products, thread/yarn, and crude oil.

TCEB ESTABLISHES 'ASEAN MICE COLLABORATION' PARTNERS WITH VIETNAM TO PREPARE FOR AEC

TCEB is gearing up to expand strategic partnerships within ASEAN and develop the MICE industry in the region in preparation for the formation of the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015. To this end, the bureau signed a memorandum of understanding with Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) in March 2012.

Mr. Akapol Sorasuchart, the TCEB President, noted that the bureau worked with private sector companies involved in the MICE industry to draw up an aggressive strategic plan to prepare for the AEC. This covered 4 major issues: business management; the possible problems that could affect Thailand's MICE workers; the preparation of all relevant sectors; and government support for the private sector.

More recently, the TCEB set policies and prepared an additional strategic action plan to cover the ASEAN region, focusing on government-to-government and government-to-business cooperation among ASEAN member countries.

In the initial stage, TCEB has drawn up an ASEAN MICE Collaboration strategy that aims at fostering ASEAN-level cooperation and networking. This will eventually lead to the growth and international competitiveness of the ASEAN MICE industry and also create a positive response to Thai MICE industry.

Mr. Akapol said that the bureau formed a strategic partner with Vietnam as a pilot project, as the number of Vietnamese visitors to Thailand continued to grow. The number of Vietnamese visitors attending exhibitions in Thailand brought the country's ranking up to fifth among ASEAN members.

The TCEB led by its Exhibitions Department Director, Mrs. Supawan Teerarat, signed the MoU with Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI), represented by Mr. Hoang Van Dung, the VCCI's Standing Vice President in Hanoi in mid-March.

Under the agreement, Thailand and Vietnam will become mutual partners in enhancing human resources and economic cooperation through meetings, travel incentives, conventions and exhibitions. The two countries will also exchange information and carry out cross-promotion of marketing activities to support overseas marketing, and facilitate each other in organizing international MICE activities, Mrs Supawan said.

Mr. Dung said that the MoU would help boost relations between the two

countries, especially in relation to the mutual business event industry, bilateral cooperation and business development, as well as supporting the MICE industry professional training programme. It is also seen as a good sign that ASEAN member countries will help each other to prosper from the region's advancement.

Mr. Akapol added that the TCEB expanded cooperation with Vietnam by signing a memorandum of understanding with The Vietnam Trade Promotion Agency (VIETRADE) in 2010. This has served to boost growth of the MICE industry in both countries by 15-20 per cent annually. Vietnam has become a potential market for Thailand's MICE industry, especially in international trade fairs.

Mr. Akapol said that the bureau has accelerated efforts to expand the MICE market in Vietnam. This was the first time that Thailand was penetrating incentives, corporate meetings and international conventions in Vietnam. It was expected that the Vietnamese MICE market would grow by 30 per cent and generate more than Bt75 million in revenue to Thailand this year.

Furthermore, the TCEB would continue to expand the ASEAN MICE Collaboration with other ASEAN member countries. The bureau would be targeting emerging markets with high potential, such as Indonesia and The Philippines before gradually expanding into other member countries in its push to make the ASEAN MICE industry strong and competitive in the global arena. This would respond to the free trade arrangements in the AEC framework and reflect Thailand's image as a preferred destination for the MICE industry in ASEAN.

According to "The Trade Fair Industry of Asia 7th Edition, 2011" report by the Union des Foires International (UFI), the revenues from trade fairs in Thailand reached around US\$132 million, which is the highest in ASEAN, while Vietnam ranked 5th with an estimated annualized revenue of US\$42 million.

The Country and City Rankings Report 2010 by the International Congress and Convention Association (ICCA) revealed that Thailand and Vietnam remained a high potential market for the MICE industry in Asia Pacific & Middle East. Both are in the top twenty for hosting the conferences in this region. Thailand ranked the 9th while Vietnam ranked the 13th.



สสพ. ร่วมสัมมนา สงขลาสู่เมืองไมซ์

นางนิชาภา ยศวีร์ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ สสพ. เข้าร่วมบรรยายในโครงการจัดสัมมนาเชิงวิชาการของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ในหัวข้อ “เดินทางสู่การเป็น MICE City: สงขลากับการจัดงานและนิทรรศการอุตสาหกรรม” เมื่อวันอาทิตย์ที่ 1 เมษายน 2555 ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี

โครงการนี้จัดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์ที่ต้องการสร้างความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันของทิศทางการจัดงานและนิทรรศการ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดศักยภาพในการดำเนินธุรกิจการจัดงานและนิทรรศการแก่นักศึกษาและผู้ประกอบการ โดยมีนักศึกษาและผู้ประกอบการเข้าร่วมทั้งสิ้นจำนวน 200 คน ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็น 1 ใน 4 มหาวิทยาลัยนำร่องที่จะนำหลักสูตรไมซ์ 101 ไปเปิดสอนให้กับนักศึกษาที่สนใจซึ่งเป็นหลักสูตรที่ สสพ. และภาคีภาคเอกชนเป็นผู้ร่วมจัดทำ

TCEB JOINS SONGKHLA MICE CITY SEMINAR

Mrs. Nichapa Yoswee, MICE Capabilities Department Director of TCEB, was invited to be one of the speakers at an academic seminar organized by the MBA Tourism Management Program, the Faculty of Management Science, Prince of Songkhla University. Titled “Moving forward to MICE City: Songkhla Events and Exhibitions”, the seminar took place on Sunday, 1st April, 2012 at The 60th Anniversary of His Majesty the King's Accession to the Throne International Convention Center. The objectives of the seminar were to provide knowledge and foster understanding of the current trends in the conventions and exhibitions industry as well as to promote business potential among the students and operators. Two hundred students and operators attended the event. Prince of Songkhla University is one of the four pilot universities who will introduce the MICE 101 curriculum, developed by the TCEB and its private stakeholders, to interested students.



ทริปผู้แทนธุรกิจไมซ์มาเลเซีย เยือนเกาะสมุย

ฝ่ายการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล สสปน. ร่วมมือกับสายการบินบางกอก แอร์เวย์ และโรงแรมอนันตรา กรุ๊ป จัดกิจกรรม familiarization trip บนเกาะสมุยให้กับผู้แทนธุรกิจไมซ์จาก มาเลเซีย จำนวน 8 รายระหว่างวันที่ 25-28 เมษายนที่ผ่านมา เพื่อประชาสัมพันธ์เกาะสมุยให้เป็นที่ รู้จักในฐานะจุดหมายการเดินทางในหมู่เกาะเดินทางไมซ์ของมาเลเซีย กิจกรรมที่จัดประกอบด้วยการ เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของเกาะสมุย การเยี่ยมชมความพร้อมของ สถานที่พักและสนามบิน การปลูกต้นไม้ การเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น และเวิร์คช็อปเกี่ยวกับศักยภาพของ เกาะสมุยสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมจากมาเลเซียส่วนมากยอมรับว่ากิจกรรมนี้ ทำให้มองเห็นศักยภาพด้านไมซ์ของเกาะสมุยมากขึ้น

FAMILIARIZATION TRIP ON SAMUI ISLAND FOR MALAYSIAN MICE DELEGATES

Meetings and Incentives Department of TCEB, in cooperation with Anantara Group and Bangkok Airways, organized a familiarization trip to Samui Island for eight MICE travel agents from Malaysia during April 25-28, 2012. The purpose was to promote the tropical island in the Gulf of Thailand as a MICE destination for Malaysian MICE travelers. The program included visits to several of the island's natural and cultural attractions, tours and site inspections of accommodation and the airport, a tree planting activity, a chance to experience the local way of life and a workshop on what Samui Island can offer for MICE travelers. Most of the visitors agreed that the trip opened their eyes to the MICE potential of the island.



Photo Courtesy: Sherry Tesler, Light FX Photography

สสปน. ร่วมประชุม SISO's CEO Forum ในสหรัฐอเมริกา

ฝ่ายการส่งเสริมค่านานาชาติ สสปน. นำโดยนางศุภวรรณ ตีระรัตน์ ผู้อำนวยการฝ่าย เข้าร่วมงาน SISO's CEO Forum ในระหว่างวันที่ 25-28 มีนาคม 2555 ณ แกรนด์ เดล มาร์ รีสอร์ท เมืองซานดิเอโก สหรัฐอเมริกา การประชุมระดับสูงนี้จัดขึ้นโดย Society of Independent Show Organizers (SISO) โดยมีเจ้าของธุรกิจ นักบริหารธุรกิจและบุคลากรในสายงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมงาน บุคคลเหล่านี้มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการสร้างกลยุทธ์ เพื่อกำหนดอนาคตในระยะสั้นและระยะยาวของอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า ซึ่งเป็นโอกาสอันดีให้ผู้เข้าร่วมงานได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการใหม่ๆ พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม ในงานนี้ สสปน. ได้จัด breakfast meeting และเชิญกลุ่มผู้จัดงานในสหรัฐอเมริกาที่สนใจเข้าร่วมรับฟังเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจในการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย และได้รับความสนใจจากผู้จัดงานที่ต้องการขยายงานสู่ภูมิภาคเอเชีย อาทิ Meister Media, Diversified, NuernbergMesse North American, Inc.

TCEB JOINS SISO'S CEO FORUM IN US

The exhibition team of TCEB, led by Exhibitions Department Director, Mrs. Supawan Teerarat, joined the Society of Independent Show Organizers (SISO) CEO Forum from March 25-28, 2012 at the Grand Del Mar Resort in San Diego, USA. Organized by SISO, the summit brought together company owners, CEOs, Presidents and executives involved in coming up with strategies to map out the short and long term future for the industry, thus providing a perfect opportunity for delegates to learn about the latest technologies while networking with peers. TCEB sponsored a breakfast meeting during the event, inviting a group of interested US organizers to hear about business opportunities through the exhibition industry in Thailand. Those interested in internationalizing their shows in Asia included Meister Media, Diversified, and NuernbergMesse North American, Inc.