

TCEB NEWSLETTER

www.tceb.or.th • Issue 34 • Jan-Feb 2014

TCEB CALL CENTER 1105



ที่เลื้บเปิดตัวโปรโมชันใหม่
กระตุ้นไมซ์ไทยไตรมาส 2

**TCEB LAUNCHES
THAILAND'S MICE
REWARDS**





4-5

THAI MICE CONTINUED TO GROW IN Q1



6-7

HONDA LPGA TOURNAMENT REFLECTS THAILAND AS A WORLD-CLASS MICE DESTINATION



8-11

PRIVATE SECTOR TEAMS UP FOR AIME 2014 TARGETING OCEANIA MARKET



12-13

NEW ERA OF THAILAND MICE VENUE STANDARD



14-15

ONLINE ACTIVITIES TO PROMOTE THAILAND'S MICE CITIES



16-19

PRIVATE SECTOR GEARS UP PROACTIVE MARKETING PLAN FOR SECOND QUARTER



20

FORMING PARTNERSHIPS TO MOVE FORWARD THAILAND'S MICE INDUSTRY

TCEB LEADS PRIVATE SECTOR INTO OCEANIA MARKET



THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU

TCEB Newsletter

Corporate Communications Division
Marketing and Corporate Image Department

Editorial Staff:

Director: Parichat Svetasreni

Senior Manager: Arisara Thanuplang

Manager: Pishnu Plaikaew

Senior Executive: Kanokwan Kadeedang

Thailand Convention & Exhibition Bureau
(TCEB)

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

Tel: +66 2 694 6000

Fax: +66 2 658 1411

E-mail: info@tceb.or.th

TCEB CALL CENTER 1105

President: Pana Janviroj

Editor: Patcharee Lueng-uthai

E-mail: patcharee@nationgroup.com

Contributors: Suchat Sritama, Kwanchai
Rungfapaisarn

Copy Editor: The Nation's sub-editors

Art Director: Pradit Phulsarikij

Photos: TCEB, Nation photographers

Vice President – Supplement: Ratchanee
Kaewyai

Tel: (02) 338 3563

E-mail: ratchanee@nationgroup.com

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

1854 Bangna-Trat Rd, Bangna, Bangkok 10260
Thailand

Printed by: WPS (Thailand)

165/7 Moo 4, Bangna-Trat Rd Km 29.5, Bang
Bo, Samut Prakan 10560

Tel: (02) 338 3000



สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีครับ ท่านผู้อ่านวารสาร ทีเส็บ ทุกท่าน

ในไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2557 (ตุลาคม-ธันวาคม 2556) อุตสาหกรรมไมซ์ไทยยังคงมีอัตราการเติบโตเป็นตามเป้าหมายทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ โดยเอเชียยังคงครองตลาดใหญ่สุดอย่างไรก็ตามสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศนับตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมาโดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจต่าง ๆ ของประเทศรวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งการยกเลิกการจัดงาน การลดลงของจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และการเลื่อนการจัดงาน

ในฐานะหน่วยงานรัฐที่ส่งเสริมธุรกิจไมซ์ไทย ทีเส็บ จึงเร่งดำเนินการสร้างความมั่นใจและให้การสนับสนุนผู้จัดงานไมซ์จากทั่วโลกที่สนใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงาน โดยให้ความสำคัญในการสื่อสารกับผู้จัดงานอย่างใกล้ชิด ติดตามสถานการณ์ และนำเสนอข้อมูลล่าสุดผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ผู้จัดงานทราบข้อเท็จจริงและมีความมั่นใจมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ทีเส็บมีมาตรการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการไมซ์ไทยเพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดและการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนาโปรโมชันพิเศษหรือ Thailand's MICE Rewards เพื่อส่งเสริมตลาดไมซ์

ทีเส็บยังคงเดินหน้าจัดกิจกรรมการตลาดเชิงรุกด้วยการนำทีมผู้ประกอบการไมซ์ไทยเข้าร่วมงาน Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo 2014 หรือ AIME 2014 ซึ่งเป็นงานเทรดโชว์ด้านการประชุมและอินเซนทิฟที่สำคัญมากงานหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ทั้งนี้ตลาดโอเชียเนียติด 1 ใน 10 ของตลาดที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มายังประเทศไทยในไตรมาส 1 ของปีงบประมาณนี้

สำหรับช่วงไตรมาสที่ 2 ทีเส็บได้เร่งปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงกลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮ่องกง ให้กลับคืนมา เน้นสร้างและขยายเครือข่ายภาคีพันธมิตรด้วยการร่วมกันดำเนินงานมากยิ่งขึ้น สะท้อนความเชื่อมั่นผ่านภาพลักษณ์ “ทีมไทยแลนด์” เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยทั้งในและต่างประเทศ

นอกจากนี้ ทีเส็บตระหนักถึงความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของยุคดิจิทัลอย่างปัจจุบัน และได้เปิดแผนงานด้านตลาดออนไลน์เพื่อเป็นเครื่องมือทางการตลาด พร้อมพัฒนาแคมเปญออนไลน์ 7 แคมเปญสำหรับส่งเสริมตลาดไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ

ด้านการพัฒนาศักยภาพไมซ์ไทย ปีนี้ทีเส็บเตรียมออกมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยเป็นประเทศแรกในอาเซียน (Thailand MICE Venue Standard: TMVS) เพื่อยกระดับพื้นฐานสถานที่จัดงานทั่วประเทศ ปูทางสู่มาตรฐานระดับสากล

แม้ว่า จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมือง แต่ทีเส็บและผู้ประกอบการเอกชน ยังคงเชื่อมั่นในศักยภาพและจุดแข็งของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ทีเส็บมั่นใจว่า จากโปรโมชันพิเศษฟื้นฟูตลาดไมซ์ไทย ร่วมกับแผนสนับสนุนทางการตลาดภายใต้แบรนด์ Thailand CONNECT ตลอดจนความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน จะช่วยผลักดันการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในปี 2557 ให้เติบโตตามเป้าหมายได้

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

The Thai MICE industry continued to grow on target during the first quarter of the 2014 fiscal year (October-December 2013), both in terms of the number of MICE travellers and revenue. However, since late last year, the local political situation has inevitably affected various business sectors of the country including the MICE industry and this is especially true of Bangkok. These have led to event cancellations and postponements as well as a decrease in participant numbers.

In its capacity as the government agency responsible for MICE industry promotion, TCEB has geared up to reinforce confidence and support organisers around the world that are interested in choosing Thailand as a destination for their business events. The bureau places great importance on closely communicating with organisers, constantly monitoring the situation and releasing up-to-date information through various media channels, enabling the organisers to obtain the facts and be more confident.

The bureau has also put in place measures to help Thai MICE entrepreneurs continue their business and marketing activities. Special promotions under the head “Thailand’s MICE rewards” have been introduced to stimulate the market.

The TCEB moved forward with its proactive marketing campaign by leading a team of Thai MICE entrepreneurs to attend Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo 2014 or AIME 2014, a major meetings and incentives trade show in Asia-Pacific, held annually in Melbourne, Australia. Oceania, in particular, is among the top ten in terms of MICE travellers to Thailand in the first quarter of this fiscal year.

For the second quarter, the TCEB will accelerate the adjustment of its marketing strategy to recover such major markets as India, Japan, South Korea and Hong Kong. The bureau emphasises the need to create and expand the strategic partner network for greater collaboration. Confidence will also be restored through the “Thailand Team”, which will continue to promote the Thai MICE industry locally and internationally.

The TCEB is equally aware of an important role played by social media as an efficient communications channel in today’s digital era. The bureau has launched its online marketing plan, which will serve as an important marketing tool, and also developed seven online campaigns to promote domestic and international MICE markets.

With regard to the development of MICE capabilities, the bureau is preparing to initiate the Thailand MICE Venue Standard (TMVS) this year, the first country in ASEAN to do. This is aimed at elevating the basic standards of event venues nationwide, thus paving the way to achieving international standards.

Although the industry has been affected by the political situation, the TCEB and private sector remain confident as to the potential and strengths of the Thai MICE industry. The bureau is sure that the special promotions, together with marketing support under the Thailand CONNECT brand as well as the collaboration with public and private strategic partners, will drive the industry in 2014 to grow in line with its targets.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President, Thailand Convention & Exhibition Bureau
(Public Organization)

ผลการดำเนินงานส่งเสริมไมซ์ไทย ไตรมาสแรกโตต่อเนื่อง

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ สรุปภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยไตรมาสแรกประจำปีงบประมาณ 2557 (ตุลาคม- ธันวาคม 2556) ยังคงอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และรายได้ พร้อมเดินทางออกโปรโมชันพิเศษกระตุ้นตลาด เปิดตัวครั้งแรกในงานเทรดโชว์ AIME 2014 ออสเตรเลีย มั่นใจสิ้นปีงบประมาณ 2557 สามารถสร้างรายได้จากไมซ์สู่เศรษฐกิจไทย 96,900 ล้านบาท

นายพรรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการทีเส็บ เผยว่า ในไตรมาสแรกประจำปีงบประมาณ 2557 ในภาพรวมมีจำนวนผู้เดินทางไมซ์ทั้งสิ้น 186,864 คน อัตราการเติบโต 5.16% ทำรายได้ 16,033 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.16% โดย 10 อันดับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวไมซ์สูงสุดมาจากเอเชียเกือบทั้งหมด นำโดยจีน (38,036 คน) มาเลเซีย (13,103 คน) สิงคโปร์ (11,741 คน) อินเดีย (9,519 คน) ฟิลิปปินส์ (6,688 คน) ออสเตรเลีย (6,303 คน) เกาหลีใต้ (4,859 คน) อเมริกา (4,447 คน) ญี่ปุ่น (4,043 คน) และฮ่องกง (3,692 คน)

จีนยังคงถือเป็นตลาดหลักที่ใหญ่และสำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย โดยพบว่าในไตรมาสที่ 1/2557 จีนขึ้นมาเป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด และมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 177 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 1 /2556

ตลาดเอเชียครองส่วนแบ่งตลาดสูงสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 72 ของตลาดไมซ์ทั้งหมดคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 20.35 ในขณะที่ตลาดตะวันออกกลางถือเป็นอีกหนึ่งตลาดที่น่าจับตา โดยเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในไตรมาสที่ 1/2557 มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 525 ในขณะที่กลุ่มโอเชียเนียมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 16.63

หากเปรียบเทียบสถิติแยกรายอุตสาหกรรมจะพบว่า อุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ (Conventions) เป็นกลุ่มตลาดที่มีปริมาณสูงสุดทั้งจำนวนและรายได้ คิดเป็นจำนวนผู้เดินทางไมซ์ 58,682 คน เติบโตขึ้นร้อยละ 9.29 ทำรายได้ 5,805 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.30% รองลงมาคือ กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) มีจำนวน 58,564 คน อุตสาหกรรมการประชุมองค์กร (Meetings) 38,315 คน และอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) 31,303 คน

จากผลการวิจัยตลาดในไตรมาสที่ 1/2557 พบว่าอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของไทยสามารถก้าวสู่ตลาดคุณภาพโดยสามารถบรรลุเป้าหมายการการตลาดที่ต้องการ

เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ร้อยละ 5 และเพิ่มจำนวนรายได้ร้อยละ 10 โดยจากข้อมูลพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.59 และจำนวนรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.02

“แม้ว่าประเทศไทยกำลังเผชิญกับวิกฤตทางการเมือง แต่สถานการณ์โดยรวมยังคงค่อนข้างเป็นไปด้วยความสงบเรียบร้อย ในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ ทีเส็บ ในฐานะหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทหลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทย จะเร่งดำเนินการสร้างความมั่นใจและให้การสนับสนุนผู้จัดงานไมซ์จากทั่วโลกที่สนใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานประชุมและการแสดงสินค้า ด้วยการพัฒนาโปรโมชันพิเศษเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์” นายพรรัตน์ กล่าว

สำหรับโปรโมชันพิเศษเพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ ประกอบด้วย 4 โปรโมชันมีรายละเอียดดังนี้

- “Meetings Bonus” เป็นการให้การสนับสนุนทางการเงิน มูลค่า 1 แสนถึง 1 ล้านบาท แก่ผู้จัดงานที่นำงานประชุมองค์กรเข้ามาจัดในประเทศไทย ขนาดตั้งแต่ 200-1,000 คน โดยจะต้องมีวันพักค้างในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน

- “Conventions Bonus” เป็นการให้การสนับสนุนทางการเงิน มูลค่า 2 แสนถึง 5 แสนบาท กับสมาคมต่างๆ ผู้จัดงานประชุมนานาชาติ หน่วยงานรัฐบาล และสถาบันการศึกษา ที่นำเอางานประชุมนานาชาติขนาดตั้งแต่ 300-1,000 คนเข้ามาจัดในประเทศไทย

- “Business Up 2 U” เป็นโปรแกรมให้การสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย โดยรายละเอียดการสนับสนุนจะแตกต่างกันไป พิจารณาจากผลการจัดงานในปีก่อนหน้านั้น เพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้จัดงานจะสามารถจัดงานแสดงสินค้าดังกล่าวในประเทศไทยได้ต่อไป

- “Be My Guest” แคมเปญนี้มุ่งหวังจะดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์และกลุ่มผู้ซื้อด้านไมซ์ระดับคุณภาพจากนานาชาติมาร่วมงานไมซ์ที่จัดขึ้นในเมืองไทย โดยทีเส็บจะให้การสนับสนุนด้านที่พักไม่เกินคนละ 2 คืน ต่อการจัดงานแสดงสินค้า 1 งาน

“ทีเส็บได้เปิดตัวโปรโมชันฟื้นฟูตลาดไมซ์ไทยเป็นครั้งแรกในงาน AIME 2014 ซึ่งเป็นงานเทรดโชว์ด้านการประชุมและการท่องเที่ยวที่สำคัญมากงานหนึ่งในภูมิภาค ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย โดยตลาดโอเชียเนียนับเป็นหนึ่งในตลาดที่มีการขยายตัวอย่างสูงในไตรมาสที่ 1” นายพรรัตน์กล่าวเสริม

สำหรับแผนงานด้านการตลาดในไตรมาสที่ 2/2557 นั้น ทีเส็บได้เร่งปรับกลยุทธ์ตลาดเพื่อดึงกลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮ่องกง ให้กลับ

THAI MICE CONTINUED TO GROW IN Q1

Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) has announced that the Thai MICE industry continued to grow in the first quarter of fiscal 2014 (October - December 2013), both in terms of the number of MICE travellers and revenue. TCEB also geared its promotional campaign up a notch with the launch of the “Thailand’s MICE Rewards ” at AIME 2014 (Asia-Pacific Incentive & Meetings Expo) held in Melbourne, Australia. The bureau is confident that in the 2014 fiscal year, the MICE industry will generate Bt96.9 billion in revenue.

TCEB President Mr. Nopparat Maythaveekulchai notes that the first quarter of fiscal 2014 saw 186,864 MICE travellers, an increase of 5.16 per cent and revenue of Bt16.03 billion, up 6.16 per cent. The top 10 MICE travellers came mostly from Asia, led by China (38,036 visitors), Malaysia (13,103 visitors), Singapore (11,741 visitors), India (9,519 visitors), Philippines (6,688 visitors), Australia (6,303 visitors), Korea (4,859), America (4,447 visitors), Japan (4,043 visitors) and Hong Kong (3,692 visitors).

China remains the largest and most influential market for Thailand’s MICE industry. In the first quarter of the 2014 fiscal year, China accounted for the largest market share with an increase in growth of 177 per cent over the same period in the 2013 fiscal year.

By region, Asia dominated the overall market with a 72 per cent market share, representing 20.35 per cent growth. The Middle East is also a potential market and has seen continued growth over the past years. The Middle East market recorded the highest growth of 525 per cent in the first quarter of 2014 fiscal year while Oceania rose by 16.63 per cent.

Categorised by industry, the conventions industry is the largest market in terms of volume and revenue. Conventions welcomed 58,682 participants, a rise of 9.29 per cent and generated Bt5.81 billion in revenue, up 9.30 per cent. There were 58,564 travellers for incentives, 38,318 delegates for meetings and 31,303 visitors for exhibitions.

According to market research conducted during the first quarter of fiscal 2014, Thailand’s exhibition industry has been successful in capturing the quality market. The exhibitions earlier set a target of 5 per cent growth in visitors and 10 per cent in revenue. In terms of actual figures, the number of travellers visiting the exhibitions increased by 5.59 per cent and revenue grew by 10.02 per cent.

“Despite of the current political standoff in Thailand, the overall situation is relatively peaceful. During these difficult times, the bureau, as the state agency for promoting the Thai MICE industry, will accelerate its efforts to restore confidence and support MICE organisers around the world who may be interested in choosing Thailand as a destination for their meetings and exhibitions. The bureau has developed special packages to reinforce the confidence of the MICE travellers,” says the President.

Under the Thailand’s MICE Rewards, the TCEB is offering 4 promotions as follows:

1 ‘Meetings Bonus’: this offers organisers generous financial subsidies from Bt100,000 to Bt1 million for a group of 200-1,000 delegates staying in Thailand for three nights or more.

2 ‘Conventions Bonus’: this offers associations, PCOs, governments and educational institutions significant financial subsidies from Bt200,000 to Bt500,000 for a group of 300 -1,000 delegates attending international conventions in Thailand.

3 The ‘Business Up 2 U’ initiative is a fixed subsidy programme for exhibitions based on their performance in previous years and offering guaranteed support from TCEB.

4 The ‘Be My Guest’ campaign aims to attract high-quality international exhibition buyers and visitors with financial support for room night allocation, up to a maximum of two room nights per person per exhibition.

Mr. Nopparat adds that the TCEB launched the Thailand’s MICE Rewards at AIME 2014 in Melbourne, Australia, one of the leading trade shows for meetings and incentives in the Asia-Pacific region. Oceania was one of markets with high growth during the first quarter of this year.

TCEB’s marketing plan for the second quarter of fiscal 2014 (January-March 2014) involves the revision of its marketing strategy and recovery of such major markets as India, Japan, South Korea and Hong Kong. The bureau will also place emphasis on creating a new strategic network for greater collaboration and reflect confidence through the “Thai Team” in promoting both the domestic and international MICE industries.

The meetings and incentives business will mainly focus on the quality market, while conventions will be expanded to include various high-quality markets including the educational sector, technology, telecommunication, finance and accounting, and the creative industry. For the exhibitions industry, the bureau will maintain existing markets, expand to new markets and increase the number of exhibitions in several industries including tourism, aviation and the creative fields.

In conclusion, Mr. Nopparat notes that the TCEB has set a target of 296,000 MICE travellers in the second quarter of fiscal 2014, generating Bt29.07 billion. The bureau is confident that the MICE industry is still a key mechanism in driving the country’s economy.

Moreover, the bureau believes that the Thailand’s MICE Rewards coupled with marketing support under Thailand CONNECT brand as well as the continued marketing promotions will enhance the continuous growth of the industry.

The bureau aims to attract 987,000 MICE travellers from all over the world, up 5 per cent and enjoy a 10 per cent increase in revenue to Bt96.9 billion.

The market remains strong despite the current political turmoil. Organisers are still confirming their choice of Thailand as a destination for such events as the Unicity Global Convention, the 3rd Global Congress for Consensus in Pediatrics and Child Health, The 10th International Mycological Congress (IMC), the International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014, INTERMACH 2014, ProPak Asia 2014, and Food & Hotel Thailand 2014.

คืนมาเน้นสร้างและขยายเครือข่ายภาคพื้นมิตรด้วยการร่วมกันดำเนินงานมากขึ้นสะท้อนความเชื่อมั่นผ่านภาพลักษณ์ “ทีมไทยแลนด์” เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยทั้งในและต่างประเทศ

เน้นการดึงกลุ่มตลาดคุณภาพสำหรับธุรกิจประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ด้านธุรกิจการประชุมนานาชาติจะเน้นการขยายตลาดการประชุมนานาชาติไปสู่รายอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เป็นตลาดคุณภาพสูง เช่น ภาคการศึกษา (Education) อุตสาหกรรมเทคโนโลยี โทรคมนาคม การเงินและการบัญชี และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ ยังคงรักษาดตลาด ขยายตลาด และเพิ่มจำนวนงานแสดงสินค้าไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมอากาศยาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

นายพรรัตน์ กล่าวสรุปว่า ไตรมาสที่ 2 ที่เสถียรเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 296,000 คน สร้างรายได้ 29,070 ล้านบาท โดยเชื่อมั่นว่าอุตสาหกรรมไมซ์ยังคงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่เสถียรใจว่า จากโปรโมชันพิเศษฟื้นฟูตลาดไมซ์ไทย ร่วมกับแผนสนับสนุนทางการตลาดภายใต้แบรนด์ Thailand CONNECT ตลอดจนแนวทางส่งเสริมตลาดต่างๆ จะช่วยผลักดันการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในปี 2557 ให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่เสถียรกำหนดเป้าหมายว่า ปีนี้จะมีนักเดินทางไมซ์จากทั่วโลกเข้ามาทั้งสิ้น 987,000 คน เพิ่มขึ้น 5 % และสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้น 10% คิดเป็นมูลค่า 96,900 ล้านบาท

ด้วยสถานะทางการตลาดที่แข็งแกร่ง ปีนี้ทางผู้จัดงานไมซ์ต่างๆ ยังคงยืนยันเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางจัดงาน อาทิ การประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในงาน the Unicity Global Convention, งานประชุมนานาชาติที่สำคัญๆ หลายงาน เช่น the 3rd Global Congress for Consensus, The 10th International Mycological Congress (IMC) และ the International Congress of Pharmaceutical Sciences – FIP 2014 และงานแสดงสินค้านานาชาติ ได้แก่ INTERMACH 2014, PROPAK 2014 และ Food & Hotel Thailand 2014

ฮอนด้า แอลพีจีเอ ไทยแลนด์ สะท้อนชื่อเสียงไทย สถานที่จัดงานไมซ์ระดับโลก

ที่ เสิบสนับสนุนการแข่งขันกอล์ฟสตรี Honda LPGA Thailand 2014 เป็นปีที่ 4 ติดต่อกันเพื่อส่งเสริมประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดการแข่งขันกอล์ฟแห่งเอเชีย

นอกจากนี้ ยังเป็นการดำเนินกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับการสร้างแบรนด์ Thailand CONNECT เพื่อแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำสำหรับการจัดกิจกรรมทางธุรกิจในภูมิภาคเอเชีย

แคมเปญ Thailand CONNECT เน้นใน 3 ด้านหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ได้แก่ จุดหมายปลายทางที่หลากหลาย (Destination) ศูนย์กลางการค้าเงินธุรกิจ (Business) บุคลากรและบริการที่ได้มาตรฐาน (People)

การสนับสนุนการแข่งขันกอล์ฟยังช่วยสร้างชื่อเสียงของประเทศไทยในเวทีโลกในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย นอกจากนี้ ยังเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมกอล์ฟในกลุ่มลูกค้าองค์กรและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

Honda LPGA Thailand 2014 จัดขึ้นที่ สยามคันทรี่คลับ พัทยา โอลด์คอร์ส ระหว่างวันที่ 20-23 กุมภาพันธ์ 2557 โดยมีนักกอล์ฟที่เข้าร่วมการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ และผู้ชมรวมทั้งสิ้นประมาณ 50,000 คน สร้างรายได้ให้ประเทศกว่า 500 ล้านบาท

ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นให้ไทยเป็นสถานที่จัดการแข่งขันกอล์ฟระดับแนวหน้าของเอเชียเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมกอล์ฟของไทยให้ได้มาตรฐานสูงทัดเทียมระดับสากล และสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ประเทศ

นอกจากนี้ กอล์ฟยังจัดเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมของนักเดินทางไมซ์อีกด้วย ดังนั้น การสนับสนุนการแข่งขัน Honda LPGA Thailand ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากบริษัทและองค์กรระหว่างประเทศระดับโลก และได้รับการตอบรับจากนักกอล์ฟที่มีชื่อเสียงจากทั่วโลก ทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในฐานะเป็นสถานที่จัดการแข่งขันกอล์ฟที่ได้รับความนิยมสูงสุดรายการหนึ่งของโลกจากบรรดานักกีฬาอาชีพชั้นนำ



HONDA LPGA TOURNAMENT REFLECTS THAILAND AS A WORLD-CLASS MICE DESTINATION



TCEB supported the Honda LPGA Thailand 2014 as its fourth consecutive year of commitment to support the 'Thailand: Asia's Golf Hub' campaign.

In addition, it is in line with Thailand CONNECT brand campaign to showcase Thailand a premier destination for all business events in Asia.

The Thailand CONNECT campaign highlights the three key strengths of Thailand's MICE industry, including 1) a diversity of destinations 2) unrivalled business opportunities; and 3) high quality of MICE professionals and standards.

The support will also help further Thailand's reputation in the international arena as a preferred destination for MICE activities in the region. Moreover, this will help promote the golf industry among corporate and incentive travels groups while injecting more golf-associated revenue into our economy.

The Honda LPGA Thailand 2014 held at Siam Country Club Pattaya - Old Course during February 20-23, 2014, attracted about 50,000 LPGA players and officials as well as spectators and golf enthusiasts, contributing over Bt500 million to the economy.

This campaign is not only focusing on leveraging Thailand as Asia's foremost golf destination, but also on developing Thailand's golf industry to comprehensively reach a high international standard, while generating significant income for the Thai economy.

In addition, golf is considered a popular activity among MICE travelers. By supporting the Honda LPGA Thailand, one of the world's leading golf tournaments – supported by world-class multinational companies and organisations, and welcomed by renowned golfers from across the globe – Thailand can be showcased to the world as one of the most popular golf destinations among top players.

TCEB provided a financial subsidy worth Bt5 million towards the organisation of the Honda LPGA Thailand 2014, which were used for event sponsorship, venue rental, meeting planners and media receptions, as well as other domestic and international marketing activities.

The star-studded field featured LPGA players from the top 60 leaders on the 2014 Priority List and 10 invited players to compete in the 72-hole stroke play tournament with no cut, to win a prize purse of US\$1.5 million or Bt46 million. The first player to secure a hole-in-one on the Par-3, 16th hole was awarded a new Honda Accord 2.4 EL, worth Bt1.66 million.

Among the top players are Inbee Park, Suzann Pettersen, and Stacy Lewis, who are first, second, and third respectively in world rankings; Ai Miyazato, the 2010 winner; Paula Creamer; Jessica Korda, who is the latest Pure Silk-Bahamas LPGA Classic champion; and top-performing Thai professionals Moriya Jutanugarn and Pornanong Phatlum. Honda and Channel 7 joined to invite ten golfers, and top Thai golfers including Lydia Ko, Mamiko Higa, Ariya Jutanugarn and Supamas Sangchan will also join the tournament.

ที่เสียบให้การสนับสนุนเงินเป็นมูลค่า 5 ล้านบาทให้แก่ผู้จัดการแข่งขัน ซึ่งใช้ในการส่งเสริมการจัดการแข่งขัน ค่าเช่าสถานที่ การวางแผนการจัดประชุม และการเลี้ยงต้อนรับสื่อมวลชน ตลอดจนกิจกรรมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในการแข่งขันครั้งนี้ มีนักกอล์ฟแอลพีจีเอทัวร์ ที่มีอันดับรายได้ประจำปี 2013 สูงสุด 60 อันดับแรก และนักกอล์ฟรับเชิญอีก 10 คน แข่งขัน 72 หลุม แบบไม่มีการตัดตัว ซึ่งเงินรางวัล 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 46 ล้านบาท พร้อมรางวัลพิเศษรถยนต์ ฮอนด้า แอคคอร์ด ใหม่ รุ่น 2.4 EL Navi มูลค่า 1.66 ล้านบาท สำหรับโฮลอินวัน ที่หลุม 16

สำหรับนักกอล์ฟหญิงระดับโลกที่เข้าร่วมรายการ อาทิ อินบี พาร์ค, ซูซาน เพตเตอร์เซน, และสเตซี ลูอิส ซึ่งทั้งสามคนยังมีดีกรีเป็นนักกอล์ฟ มืออันดับหนึ่ง อันดับสอง และอันดับสามของโลกอีกด้วย และยังมี ไอ มิยาซาโตะ (แชมป์ปี 2010) พอลลา คริมเมอร์ และแชมป์คนล่าสุดจากการแข่งขัน เพียว ซิลค์-บาฮามาส แอลพีจีเอ คลาสสิก เจสสิก้า คอร์ด้า รวมถึงโปรสาวไทยที่ทำผลงานได้อย่างยอดเยี่ยมอย่าง โมริยา จุฑานุกาล และพรอนงค์ เพชรล้ำ

นอกจากนี้ ฮอนด้า และช่อง 7 ยังได้ร่วมกันพิจารณาเชิญนักกอล์ฟอีก 10 คน เข้าร่วมการแข่งขันในครั้งนี้ด้วย อาทิ ลิเดีย โค, มามิโกะ ฮิเกะ, เอริยา จุฑานุกาล และนักกอล์ฟเยาวชนไทย น้องอมม สุภมาส แสงจันทร์



ภาคเอกชนผนึกกำลังร่วมงาน AIME 2014 เจาะตลาดเอเชียเนีย

ที่เส้นำทีมผู้ประกอบการไมซีไทยเข้าร่วมงานเทรดโชว์อุตสาหกรรมการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแห่งเอเชีย-แปซิฟิก ครั้งที่ 22 (Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo: AIME) ณ เมืองเมลเบิร์น และจัดกิจกรรมโรดโชว์ ณ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย มุ่งหวังขยายตลาดเอเชีย-แปซิฟิก โดยเฉพาะกลุ่มโอเชียเนีย ผู้ประกอบการไมซีไทยต่างนำเสนอแพ็คเกจพิเศษ พร้อมแผนรองรับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมือง

งานเทรดโชว์ AIME เป็นหนึ่งในกิจกรรมการตลาดสำคัญของที่เส้นำเสนอศักยภาพอุตสาหกรรมไมซีไทย และสนับสนุนผู้ประกอบการไมซีไทยในการขยายโอกาสและเครือข่ายธุรกิจภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก โดยปีนี้ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 18-19 กุมภาพันธ์ 2557 มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 3,800 คนจาก 29 ประเทศ ตลอด 2 วัน ทั้งเวทีการประชุม การพัฒนาอาชีพ และโอกาสในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ

นายเฟอร์รี คาโยโน ผู้อำนวยการฝ่ายขาย เซนทาราแกรนด์ แอนด์ บางกอก คอนเวนชันเซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ กล่าวว่า เคยเข้าร่วมงาน AIME กับที่เสมาแล้วเมื่อ 4 ปีที่แล้ว และเข้าร่วมปีนี้อีกครั้งเพราะต้องการบุกตลาด เอเชีย-แปซิฟิกเพิ่มขึ้น โดยตลาดโอเชียเนียถือเป็นตลาดหนึ่งที่มีความสำคัญที่ทางเซนทาราแกรนด์ให้ความสนใจตลอดมา และหวังว่า จะสามารถจัดการประชุมกลุ่มใหญ่กลับเข้ามาจัดงานที่เมืองไทยอีกครั้ง โดยโรงแรมมีศักยภาพและความพร้อมรองรับการจัดประชุมใหญ่ๆ ได้เป็นอย่างดีทั้งในส่วนของโรงแรมและศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐาน

นอกจากร่วมกับที่เสในการออกบูธภายในงาน AIME ที่เมืองเมลเบิร์นแล้ว เซนทาราแกรนด์ยังได้ร่วมเดินทางไปยังเมืองซิดนีย์เพื่อร่วมกิจกรรมโรดโชว์กับที่เสอีกด้วย

นายคาโยโน ยอมรับว่า สถานการณ์การเมืองของประเทศไทยตอนนี้ส่งผลกระทบตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2556 โดยมีลูกค้ายกเลิกการจัดงานและเลื่อนการจัดงานออกไป ทำให้ตัวเลขของลูกค้าลดลงจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ ศูนย์ประชุมฯ จึงได้จัดกิจกรรม Familiarization Trip สำหรับกลุ่มลูกค้าและผู้จัดงานจากต่างประเทศที่มีแผนจะเลื่อนหรือยกเลิกการจัดงานในช่วงเวลานี้ ให้ได้มาสัมผัสสถานการณ์จริงด้วยตนเอง ซึ่งการดำเนินการกิจกรรมดังกล่าว มีผลตอบรับเชิงบวกเป็นอันมาก ล่าสุด ลูกค้าและผู้จัดงานหลายรายเปลี่ยนใจเดินทางจัดงานตามปกติหลังจากที่มาร่วมกิจกรรมกับทางโรงแรมแล้ว

นอกจากนี้ ศูนย์ประชุมฯ ยังได้จัดเตรียมโปรแกรมพิเศษ Meet Your Expectation สำหรับผู้ซื้อภายในงาน AIME 2014 โดยมอบสิทธิประโยชน์มากมายสำหรับลูกค้าองค์กร หรือผู้จัดงานที่จองแพ็คเกจ ตั้งแต่วันที่ – 31 มีนาคม 2557 จะได้รับงานเลี้ยงต้อนรับ Cocktail Reception พร้อมส่วนลดจาก Spa Cenvaree และของที่ระลึกสุดพิเศษ

“ท่ามกลางสถานการณ์ทางการเมืองขณะนี้ อยากให้ที่เสช่วยนำเสนอ และประชาสัมพันธ์งานต่าง ๆ ที่ยังยืนยันว่าจะจัดขึ้นในประเทศไทยให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ว่าเหตุการณ์ยังปกติ และที่เสควรประสานงานกับภาคเอกชนสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศไทย และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซีให้เติบโตเป็นกำลังสำคัญให้กับเศรษฐกิจของประเทศไทย” นายคาโยโน กล่าว

นางสาวจิรัชยา ศิริวิวัฒน์ ผู้จัดการฝ่ายขาย รอยัล พารากอน ฮอลล์ เอ็กซิซิชั่น แอนด์ คอนเวนชันเซ็นเตอร์ กล่าวว่า การร่วมมือกับที่เสออกบูธภายในงาน AIME 2014 รอยัลพารากอนฮอลล์ มุ่งหวังสร้างการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์ให้แก่ลูกค้าในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ให้เป็นที่

PRIVATE SECTOR TEAMS UP FOR AIME 2014 TARGETING OCEANIA MARKET

TCEB led Thai MICE entrepreneurs to Australia to attend the 22nd Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo (AIME) in Melbourne as well as a road show in Sydney with the aim of expanding markets in Asia-Pacific, and especially Oceania. Special packages were offered to buyers at both events and the Thai operators also designed strategies to handle the impacts of the current political conflict.

The AIME trade show is one of TCEB's major marketing activities. It serves as a showcase for the capabilities of the Thai MICE industry and supports Thai entrepreneurs by expanding opportunities and enlarging business networks in the Asia-Pacific region. This year, AIME was held from February 18 to 19, and brought together more than 3,800 attendees from 29 countries to attend two days of business meetings, professional development sessions and take part in networking opportunities.

Mr. Ferry Tjahjono, Director of Sales for Centara Grand & Bangkok Convention Centre at Central World, says the centre joined TCEB four years ago for AIME and returned again this year to explore more markets in Asia-Pacific. Oceania is one of the key markets in which Centara Grand is interested.

The Centara Grand & Bangkok Convention Centre expects to attract big events to Thailand, thanks to the capability and readiness of the hotel and its world-class standard convention centre in accommodating big events.

In addition to its booth display at AIME, the centre joined the TCEB's road show activity in Sydney.

Mr. Tjahjono acknowledges that the current political situation in Thailand has affected business since the start of the demonstrations in November 2013 with a number of events either cancelled or postponements. This has caused a sharp drop in the number of customers compared to the same period last year.

The centre thus organised a Familiarization Trip, bringing international buyers and organisers who had earlier planned to suspend or cancel the events during the troubles, to experience the situation first hand. The response was positive, with many buyers and organisers deciding after the trip to go ahead with their events as scheduled.

In addition, the Centara Grand & Bangkok Convention Centre introduced a special "Meet Your Expectation" promotion to buyers at AIME 2014, offering several privileges to corporate clients or organisers who book hotel packages from now until March 31, 2014 including Cocktail Reception, discounts at Spa Cenvaree and special souvenirs.

"During this time, we need TCEB to introduce and promote the events that are still confirmed for Thailand, thus letting foreigners know that the situation is normal. Moreover, the bureau should coordinate with the private sector to enhance market confidence and drive industry growth to boost Thailand's economy," Mr. Tjahjono says.

Ms. Jirachaya Siriwiwat, Sales Manager, Royal Paragon Hall Exhibition & Convention Centre, says that the centre also joined the TCEB in setting up a display booth at AIME with the aim of promoting the centre to buyers in Asia-Pacific as an international standard venue for meetings and exhibitions. The centre will focus on customers looking for products and services to serve incentives rather than leisure or corporate groups.

AIME is a B2B platform that serves as a gateway to new customers in Asia-Pacific and offers an opportunity to complete the centre's services now that Thai customers represent as much as 70-80 per cent.

Ms. Jirachaya also acknowledges that the political situation has directly affected the centre, not least because of its location in the protest area. Only one event was held in January and an international event scheduled for February was cancelled.

In line with its marketing strategy, Royal Paragon Hall Exhibition & Convention Centre emphasises tailor-made services and its One-Stop-Destination strength which, thanks to a strategic partnership with Siam Paragon, Siam Center, Siam Discovery, Kempinski Hotel,



Mr. Ferry Tjahjono



Ms. Jirachaya Siriwiwat

รู้จักมากขึ้นในฐานะสถานที่จัดงานประชุมและงานนิทรรศการระดับมาตรฐานสากล โดยจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่มองหาผลิตภัณฑ์หรือบริการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือ Incentive มากกว่ากลุ่มท่องเที่ยว หรือลูกค้าองค์กร

AIME ถือเป็นเวทีในการเจรจาธุรกิจที่สามารถเปิดประตูสู่ลูกค้าใหม่ ๆ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะช่วยเหลือเสริมให้กับศูนย์ เพราะปัจจุบัน ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการศูนย์เป็นบริษัทคนไทยร้อยละ 70-80

สำหรับสถานการณ์การเมืองในปัจจุบัน มีผลกระทบโดยตรงต่อศูนย์ เนื่องจากที่ตั้งอยู่ในจุดที่มีการชุมนุม โดยเดือนมกราคมที่ผ่านมา มีการจัดงานเพียง 1 งาน ในเดือนกุมภาพันธ์ก็ถูกปิดจากต่างประเทศก็มีการยกเลิกไป ทั้งนี้ การดำเนินงานด้านการตลาดในปัจจุบัน ไม่ได้จัดทำในรูปแบบโปรโมชันแต่นำเน้นการทำตลาดตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Tailor-Made) และเน้นการนำเสนอจุดแข็งของศูนย์ที่เป็น One Stop Destination สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มประชุมได้อย่างครบวงจร ทั้งในด้านโรงแรมที่พัก ห้างสรรพสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยว สันทนาการ ด้วยพันธมิตรของศูนย์ อาทิ ศูนย์การค้าสยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอรี โรงแรมสยามเคมปินสกี สยามโอเชียนเวิลด์ และมาตามจุลไซ กรุงเทพฯ

นางสาวจิรัชยา กล่าวว่า ทางศูนย์ได้จัดทำแผนรองรับกับเหตุการณ์การเมืองครั้งนี้ โดยมีการสื่อสารอย่างใกล้ชิดกับลูกค้า และจะไม่เก็บค่ายกเลิกงาน (Cancellation Fee) สำหรับลูกค้าที่ยกเลิกการจัดงานในช่วงนี้ พร้อมทั้งพยายามรักษากลุ่มลูกค้าเดิมด้วยการให้สามารถเลื่อนการจัดงานได้โดยไม่เก็บค่าธรรมเนียมใด ๆ พร้อมกันนี้ ลูกค้าใหม่ที่มีการติดต่อเข้ามา ทางศูนย์จะดูแลละเอียดของงานจัดงาน พร้อมพิจารณาสถานการณ์ และรายงานความคืบหน้าของสถานการณ์ทางการเมืองให้ลูกค้าได้รับทราบแบบอาทิตย์ต่ออาทิตย์

“ที่ผ่านมา ศูนย์ฯ มีการประสานงานร่วมกับที่เสียบด้วยดีเสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานระดับนานาชาติ สำหรับปีนี้ทางศูนย์ฯ มีการปรับแผนการตลาดต่างประเทศ โดยจะเน้นให้ความสำคัญงานเทรดโชว์และโรดโชว์ที่มีกลุ่มลูกค้าหลักและงานสำคัญ ๆ ทั้งนี้ ศูนย์ต้องการให้ที่เสียบช่วยสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยว่ามีความคืบหน้าอย่างไร มีแนวโน้มอย่างไร เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการได้ทราบทั่วกัน” นางสาวจิรัชยา กล่าว

นายวิชัย ผู้อำนวยการฝ่ายขาย โรงแรมดาราเทวี เชียงใหม่ ให้ความเห็นว่า โรงแรมเข้าร่วมงาน AIME กับที่เสียบมาโดยตลอด เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกเป็นหลัก ซึ่งปีนี้ มุ่งเน้นการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยต่อยอดความงามของสถาปัตยกรรมล้านนาอันมีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร ควบคู่ไปกับความเรียบง่ายของการใช้ชีวิตแบบไม่เร่งรีบ หรือ Slow Life

พร้อมให้ความสำคัญกับพื้นที่สีเขียว และความเป็นส่วนตัวที่ลูกค้าไม่อาจหาได้จากที่อื่น ทั้งนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ภายในงาน AIME 2014 เป็นกลุ่มลูกค้าที่มองหาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels) และการพักผ่อนสันทนาการ (Leisure) ซึ่งโรงแรมสามารถตอบโจทย์ความต้องการของทั้งสองกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ โรงแรมดาราเทวีได้นำเสนอโปรโมชันส่งเสริมการขาย Residential Meeting Package สำหรับลูกค้าองค์กร ผู้จัดงาน และบายเออร์ภายในงาน AIME 2014 โดยมีข้อสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้กับกลุ่มลูกค้าที่จองห้องพักจำนวน 10 ห้องขึ้นไป เช่น ห้องพักราคาพิเศษ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการประชุม รวมไปถึงการอัปเดตห้องพัก เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการจัดงานประชุมให้เพิ่มมากขึ้น นายวิชัย ยอมรับว่า สถานการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ นั้นมีผลในการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกจุดหมายปลายทางจากกรุงเทพฯ เปลี่ยนมาเป็นเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น และโดยส่วนตัวแล้วมองว่า เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีศักยภาพพร้อมในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ได้อย่างเท่าเทียมกับกรุงเทพฯ ทั้งในด้านสถานที่จัดงาน ไปจนถึงโรงแรมที่พัก ซึ่งปัจจุบันก็ยังไม่มีลูกค้ากลุ่มใดยกเลิกการจัดงาน

นายวิชัยเสนอแนะว่า ที่เสียบมีส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลและอัปเดตข่าวสารอย่างดีเสมอมา แต่เมื่อมีเหตุการณ์ทางการเมืองเกิดขึ้น ที่เสียบควรเชิญนักข่าวหรือตัวแทนจากต่างประเทศมาดูสถานการณ์จริงในประเทศไทยว่าผู้คนยังใช้ชีวิตตามปกติไม่ได้มีเหตุการณ์ร้ายแรงตามที่เห็นจากสื่อทั่วไป นอกจากนี้การสนับสนุนด้านโซเชียลมีเดีย หรือดิจิทัลมาเก็ตติ้ง ก็เป็นเรื่องสำคัญในโลกปัจจุบันที่จะช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารของไทยให้กระจายไปทั่วโลก

นางสาวแจ้จ๊ก ทิมมินส์ ผู้อำนวยการ ริดทราเวลเอ็กซ์ซิชั่นส์ ผู้บริหาร AIME กล่าวว่า การจัดงานปีนี้นับเป็นการสร้างพันธมิตรและความร่วมมือทางธุรกิจเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมการจัดประชุม AIME มีชื่อเสียงในการเป็นเวทีสำหรับทำธุรกิจ และปีนี้ บริษัทได้ส่งเสริมการสร้างพันธมิตรเพื่อเปิดโอกาสให้กับผู้เข้าร่วมงานใหม่ ๆ ในขณะที่งานได้ให้มูลค่าเพิ่มแก่ผู้ที่เข้าร่วมงานในปีที่ผ่านมา ๆ มา

นางสาวทิมมินส์ กล่าวว่า ปีนี้ ทั้งผู้ซื้อและผู้เข้าร่วมงานจากออสเตรเลียมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยร้อยละ 54 ของผู้ซื้อจากออสเตรเลียเป็นผู้เข้าร่วมงานเป็นครั้งแรก ในขณะที่ผู้แสดงสินค้ามีโอกาสทางธุรกิจสูงขึ้นทั้งการทำข้อตกลงและคู่ค้ารายใหม่ ๆ ด้วยในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของ AIME ที่ยืนยันจะให้ผู้เข้าร่วมงานมีโอกาสพัฒนา มีอาชีพและทักษะบุคลากรในอุตสาหกรรม ดังนั้น ผู้จัดงานจึงได้ขยายโปรแกรมด้านการศึกษาให้องค์ความรู้เพิ่มขึ้นในปี

นอกจากการจัดสัมมนาครอบคลุมหัวข้อต่างๆ เช่น การสร้างสรรค์และนวัตกรรม ผู้เข้าร่วมงานยังมีโอกาสและได้ประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีล่าสุดสำหรับการจัดงาน และหารือถึงแนวโน้มเทคโนโลยีในโซนนวัตกรรม ซึ่งสนับสนุนโดยซาเบอร์แปซิฟิกอีกด้วย ทั้งนี้ หัวข้อที่น่าสนใจคือ ผลกระทบจากเทคโนโลยีเสมือนจริง เช่น เว็บคาสติ้ง และ กลยุทธ์การนำเสนอ (elevator pitch presentations) จากบริษัทเทคโนโลยีการจัดงานชั้นนำ นอกจากนี้ ผู้เข้าชมโซนนวัตกรรมยังสนุกสนานกับไลฟ์สตรีมของ Saxton Ultimate Event Experience

ปีนี้ AIME ริเริ่มกิจกรรมใหม่ AIME Farewell Bubbles ขยายโอกาสการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งภายในงานมีการมอบรางวัล AIME Awards เพื่อยกย่องผู้ที่มีผลงานดีเด่นด้านนวัตกรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน นอกเหนือจากการมอบรางวัลบุคคลดีเด่นแห่งปีในอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

Siam Ocean World and Madame Tussauds Bangkok, meet every aspect of the customers' needs, ranging from hotel rooms, shopping, tourist attractions and creative diversions.

Ms. Jirachaya says that the centre has come up with a plan to prepare for the impact of the political situation by communicating closely with customers and waiving cancellation fees for those who cancel the events during these troubled times.

Meanwhile, the centre is attempting to retain existing customers by allowing them to postpone the events without deposit. The centre is also considering the event details of new customers and the political situation and reports progress to customers on a weekly basis.

"Previously the centre enjoyed good coordination with TCEB especially at the international level. This year, the centre has adjusted its overseas marketing plan by placing emphasis on trade shows and road shows, where it can meet with major clients. However, the centre needs the TCEB to help provide up-to-date information about the MICE industry and trends for the operators," Ms. Jirachaya adds.

Mr. Wichai Charoenpanvorakul, Director of Sales, Dhara Dhevi, says that the hotel joined the TCEB in attending AIME because Asia-Pacific is a major market. This year, the hotel mainly wanted to target customers and communicate information about its unique and outstanding features that include magnificent Lanna architecture and a chance to enjoy the Slow Life in a private location surrounded by greenery.



Mr. Wichai Charoenpanvorakul

Most of buyers attending AIME 2014 look for products to serve incentive travel and leisure and the hotel has the facilities that respond to the needs of both groups.

In addition, Dhara Dhevi introduced a Residential Meeting Package to corporate groups, organisers and buyers at the AIME 2014, offering such privileges as special room rates, meeting facilities as well as room upgrades for customers reserving more than 10 hotel rooms

Mr. Wichai acknowledges that the political problems in Bangkok have affected customers' decisions in choosing an event venue and notes that some had switched from Bangkok to Chiang Mai. He is confident that Chiang Mai has a similar potential to Bangkok in accommodating MICE events, particularly in terms of venues and accommodation. So far, there have been no event cancellations in Chiang Mai.

Mr. Wichai suggests that the TCEB play the key role in releasing updated information. In cases of political conflict, the bureau should invite press or foreign representatives to come and examine the situation for themselves, which will clearly demonstrate that the people are leading normal lives and are safe from the violence presented through the media. Social media and digital marketing are equally important tools in ensuring worldwide dissemination of information.

Ms. Jacqui Timmins, Reed Travel Exhibitions Director for AIME, notes that the 2014 event focused on partnership and collaboration to support the growth of the business events industry. AIME is well known for being a great place to do business and this year the company took it further by fostering strategic partnerships and opening up the event to new audiences while adding value to those that have been attending the event for many years.

Ms. Timmins says that this year, the company witnessed an increase in the number of Hosted Buyers and Visitors attending the show, with 54 per cent of Hosted Buyers attending for the first time. Exhibitors also enjoyed greater opportunities to do business with new contacts and companies.

In addition to seminars covering a range of topics such as creativity and innovation, attendees at AIME had the opportunity to experience the latest event technologies and discuss technology trends in the Innovation Zone, which was sponsored by Sabre Pacific. Featured sessions examined the impact of virtual technology such as webcasting and elevator pitch presentations from leading event technology companies. Visitors to the Innovation Zone were also able to enjoy a live stream of the Saxton Ultimate Event Experience.

This year, AIME initiated the AIME Farewell Bubbles to extend the range of networking opportunities. The AIME Awards were presented during this event, recognising the most innovative and environmentally sustainable stands and the AIME industry person of the year was announced.

เปิดศักราชมาตรฐานสถานที่จัดงานไทย ก้าวไกลสู่อาเซียน

ที่เสีบรุกพัฒนาศักยภาพไมซ์ไทย เตรียมออกมาตรฐานสถานที่จัดงานเป็นประเทศแรกในอาเซียน (Thailand MICE Venue Standard: TMVS) ยกระดับพื้นฐานสถานที่จัดงานทั่วประเทศสู่มาตรฐานระดับสากล ขณะที่หน่วยงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรับปรับใช้เป็นมาตรฐานสถานที่จัดงานระดับอาเซียน

นางนิชาภา ยศวีร์ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เสีบเปิดเผยว่า การแข่งขันกับต่างประเทศ จำเป็นต้องมีมาตรฐานด้านต่างๆ สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้จัดงานและผู้ให้บริการจากทั่วโลก โดยที่ผ่านมา ที่เสีบได้นำระบบมาตรฐานอุตสาหกรรม หรือ ISO (International organisation for standardisation) มาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานใน 4 ด้านได้แก่ มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety Standard: ISO 22000; ระบบการบริหารความปลอดภัยสำหรับการจัดงานไมซ์ (MICE Security Management System (MSMS): TISI 22300); มาตรฐานระบบการบริหารด้านพลังงาน (Energy Management System Standard: ISO 50001); และ มาตรฐานการบริหารจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน (Event Sustainability Management Standard: ISO: 20121) ซึ่งถือว่าครอบคลุมอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างสมบูรณ์แล้ว

แต่เนื่องจาก ISO ไม่สามารถนำมาปรับใช้กับอุตสาหกรรมไมซ์ได้ทุกเรื่อง ประกอบกับการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ตลอดจนผลการผลักดันเมืองแห่งไมซ์ให้มีความพร้อมรับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น ที่เสีบ จึงได้ร่วมมือกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน เพื่อพัฒนาทักษะมาตรฐานระดับชาติสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์

ในขณะเดียวกัน ที่เสีบ ยังเป็นผู้บุกเบิกการพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ในอาเซียน โดยล่าสุด ริเริ่มมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ซึ่งถือเป็นประเทศแรกในอาเซียนที่มีการกำหนดมาตรฐานนี้

นางนิชาภา กล่าวว่า สถานที่จัดงานถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของผู้จัดงาน ซึ่งก่อนหน้านี้ ที่เสีบ ได้จัดทำโครงการมาตรฐานห้องประชุม และได้ยกระดับมาเป็นมาตรฐานสถานที่จัดงานแห่งประเทศไทย ซึ่งแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ศูนย์การประชุม โรงแรมและรีสอร์ท และหน่วยงานที่มีห้องประชุม เช่น ศาลากลางจังหวัด พิพิธภัณฑ์ สมาคม และสถาบันต่างๆ

เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ที่เสีบ ได้นำเอาหลักเกณฑ์

ของมาตรฐานสถานที่จัดงานจากหลายประเทศมาปรับใช้ในการจัดทำคู่มือการประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ติดตาม ให้คำแนะนำ และประเมินผลคุณภาพมาตรฐานสถานที่จัดงานที่จัดประชุมให้แก่ผู้ประกอบการ

“หลักเกณฑ์สำหรับมาตรฐานสถานที่จัดงานนี้จะมีคามเข้มข้นในรายละเอียดการดำเนินการมาก ซึ่งมาตรวัดจะประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ด้านกายภาพ เทคโนโลยี และการบริการ การกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าว เป็นการพัฒนามาตรฐานในระดับพื้นฐาน และจะนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานสากลในระยะต่อไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการระยะยาว เพราะผู้ประกอบการที่เข้ามาสู่ขบวนการมาตรฐานนี้ จะต้องปรับเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงทั้งขบวนการ ตั้งแต่ความคิดและการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนด”

ปีนี้ ที่เสีบตั้งเป้าว่า จะมีผู้ประกอบการนำร่องโครงการ 50-60 ราย จาก 6 จังหวัดเป้าหมาย โดยผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานจะได้รับตราสัญลักษณ์พร้อมด้วยใบประกาศนียบัตรรับรอง ทั้งนี้ ที่เสีบจะทบทวนมาตรฐานทุก 2 ปี

นอกจากนี้ ที่เสีบจะจัดทำรายชื่อสถานที่จัดงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (Approved List) เพื่อนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการนำเสนอประสบการณ์ใหม่และแตกต่างในการจัดงานในประเทศไทย

ที่เสีบ ได้จัดทำประชาพิจารณ์ในรูปแบบการประชุมกลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) 6 กลุ่ม ในกรุงเทพมหานคร สงขลา เชียงใหม่ พัทลุงภูเก็ต และขอนแก่น ซึ่งผู้ประกอบการไมซ์ต่างเห็นด้วยกับการยกระดับมาตรฐานเพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขัน โดยเฉพาะโรงแรมที่บริหารโดยธุรกิจครอบครัว

นอกจากนี้ นางนิชาภา ได้เข้าร่วมงาน ASEAN Tourism Forum 2014 (ATF 2014) ณ เมืองคูชิง รัฐซาราวัก ประเทศมาเลเซีย ระหว่างวันที่ 16-23 มกราคม 2557 โดยในงานดังกล่าวได้มีการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 39 (ASEAN National Tourism Organisations' Meeting: NTOs) ทั้งนี้ ที่เสีบร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้นำเสนอร่างมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยต่อที่ประชุม ซึ่งปรากฏว่า ประเทศสมาชิกให้ความสนใจอย่างมากกับมาตรฐานดังกล่าว

ที่เสีบคาดว่า ในการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยครั้งต่อไปในเดือนมกราคม 2558 ที่ประชุมจะมีการพิจารณาต่อยอดและพัฒนาเป็นมาตรฐานที่ยอมรับในอาเซียน หรือที่เรียกว่า ASEAN MICE Venue Standard (AMVS)

NEW ERA OF THAILAND MICE VENUE STANDARD SPEARHEADING TOWARDS ASEAN ADOPTION

TCEB is driving forward Thai MICE capabilities through its plan to launch Thailand MICE Venue Standard (TMVS), the first among ASEAN member countries. This initiative is aimed at raising the specifications of venues throughout the country, and paving way to the acceptance and adoption of the standard among international MICE communities. The ASEAN National Tourism Organisations (NTOs) have responded positively and are likely to adopt the TMVS as the basis for the ASEAN Venue Standard.

Mrs. Nichapa Yoswee, Director of TCEB's MICE Capabilities Department, points out that if the industry is to bid in competition with international rivals, it is essential that the Thai MICE industry has standard indicators. These will serve to enhance confidence of organisers and customers from all over the world.

In recent years, the bureau has applied ISO (international organisation for standardisation) as a criterion to set standards in four areas, including the Food Safety Standard (ISO 22000), MICE Security Management System (MSMS): TISI 22300, Energy Management System Standard: ISO 50001, and Event Sustainability Management Standard (ISO 20121).

However, ISO cannot be applied to all areas. With Thailand due to enter the ASEAN Economic Community in 2015 and in line with its efforts to enhance the potential of MICE Cities in facilitating both the domestic and international MICE industries, the TCEB has entered into collaboration with the Department of Skills Development under the Thai Ministry of Labour to develop a national skills standard for the MICE industry.

Meanwhile, the bureau has also pioneered MICE standards in ASEAN. In the latest move, the bureau has initiated Thailand MICE Venue Standard (TMVS), the first country in the ASEAN grouping to do so.

Mrs. Nichapa says that the venues are a crucial factor in the decisions of organisers to host their meetings. The bureau earlier created a meeting room standard and this has been further developed to become the TMVS. It is categorised into 3 groups: convention centres, hotels & resorts, and various organisations that have meeting rooms such as provincial halls, museums, associations

and institutes.

In order to be compliant with international standards, the TCEB has applied venue standard criteria from many countries in creating an assessment manual for the TMVS. This will serve as a tool for entrepreneurs in the development, monitoring, consultancy and assessment of venue quality standards.

"The criteria for the venue standards are very tough and contain elements with 3 indicators for physical, technological and service requirements. The focus is the development of a basic standard that will be built on in order to meet the international standard in later stages. It will be beneficial to entrepreneurs in the long run because the operators who apply for the TMVS practice will have to change their entire operating process from thinking to action in accordance the guidelines," Mrs. Nichapa says.

This year, the bureau sets the target of 50-60 operators from 6 target provinces to serve as the pioneers for the project, with certified operators receiving both a certificate and a certified symbol. The TCEB will then reassess the standards every two years.

In addition, the TCEB will produce an Approved List of the certified venues for promotion in the international market to showcase the new experiences and differences those organising events in Thailand will enjoy.

Earlier, the bureau organised 6 focus groups in Bangkok, Songkhla, Chiang Mai, Pattaya, Phuket and Khon Kaen. MICE operators all agreed with the idea of enhancing the venue standards as a major tool for competition, opining that this would be particularly useful for family-run hotels.

Mrs. Nichapa attended the ASEAN Tourism Forum 2014 (ATF 2014) in Kuching, Sarawak, Malaysia from January 16 to 23, 2014. The TCEB in cooperation with Ministry of Tourism and Sports took the opportunity of the 39th Meeting of the ASEAN National Tourism Organisations (NTOs), which formed part of the forum, to introduce a draft of the TMVS and received a good response from the ASEAN member countries.

The bureau expects that in the next meeting of NTOs, scheduled for January 2015, members will consider applying the TMVS as the ASEAN MICE Venue Standard (AMVS).



ธุรกิจไมซ์ไทยรุกสื่อออนไลน์

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะช่องทาง การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของยุคดิจิทัลอย่างปัจจุบัน ทีเส็บจึงเริ่มการใช้ สื่อออนไลน์ให้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการประชาสัมพันธ์ศักยภาพ และความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยให้เป็นที่ประจักษ์ อย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั่วโลก อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารสองทาง ระหว่างทีเส็บและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการโปรโมท ทางเลือกของการจัดงานไมซ์ในเมืองไมซ์ซิตี้ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ และ ขอนแก่น

นายพรรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเส็บ เผยว่า ทีเส็บได้ริเริ่มนำระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมธุรกิจตั้งแต่ปีงบประมาณที่แล้ว พร้อมปรับโครงสร้างองค์กรด้วยการเพิ่มฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศขึ้น โดยมีการกิกในการ จัดทำแผนงานพัฒนาระบบออนไลน์ขององค์กร รวมทั้งพัฒนาแผนงานด้านตลาดออนไลน์ อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556 นั้นทีเส็บได้ดำเนินงานโปรเจกต์สำคัญ อาทิ โครงการจัด ประกวดภาพถ่ายภายใต้หัวข้อ Inspiring Thailand เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางของการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคที่ให้ประสบการณ์พิเศษอันหลากหลาย

และอีกหนึ่งโครงการสำคัญด้านการตลาดออนไลน์ คือ “โครงการแข่งขันคัดเลือก นักจัดงานมืออาชีพ และบล็อกเกอร์ในสื่ออุตสาหกรรมไมซ์จากทั่วโลก หรือ “MICE Destination Review Competition” นับเป็นโครงการต่อเนื่องระหว่างปีงบประมาณ

2556-2557 ที่ทีเส็บร่วมกับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และหน่วยงานภาคี อุตสาหกรรมไมซ์ เปิดรับสมัครบล็อกเกอร์และนักจัดงานมืออาชีพ ซึ่งมีผู้สนใจสมัครเข้า ร่วมโครงการทั้งสิ้นกว่า 100 คนจาก 20 ประเทศทั่วโลก โดยคณะกรรมการได้คัดเลือก ผู้ที่มีคุณสมบัติโดยพิจารณาจากประสบการณ์และความสำเร็จในฐานะของนักจัดวางแผน การประชุมหรือบล็อกเกอร์ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ที่มีผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นจำนวนมาก จนกระทั่งมีผู้พร้อมด้วยคุณสมบัติดังกล่าวผ่านการคัดเลือกเข้าถึงรอบ ชิงชนะเลิศ จำนวน 5 ราย จาก 4 ประเทศได้แก่ โรเบิร์ต ชเรเดอร์ บล็อกเกอร์ท่องเที่ยว ชื่อดังจากสหรัฐอเมริกา วิคตอเรีย ฟิลพอดต์ บล็อกเกอร์จากสหราชอาณาจักร สเตฟานนี ซิลเลนิก บล็อกเกอร์จากสหรัฐอเมริกา เซียว ยิง ลี นักจัดงานมืออาชีพจาก บริษัท ยูบีเอ็ม เอเชียเทรตแฟร์ ประเทศสิงคโปร์ และเหงียน ฮวง ผู้อำนวยการ Hanoi Foreign Affairs Service Center จากประเทศเวียดนาม โดยทั้ง 5 ท่านได้รับมอบหมายให้ไปเยี่ยมชมเมือง ไมซ์ซิตี้แต่ละแห่งระหว่างวันที่ 19-25 มกราคมเพื่อนำประสบการณ์ที่แสดงถึงศักยภาพ ของเมืองไมซ์ซิตี้ ทั้งสาธารณูปโภค คมนาคมขนส่ง โรงแรม ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ มาเขียนในบล็อกของตนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่มีประโยชน์ และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลก รางวัลชนะเลิศ แบ่งออกเป็น 2 สาขา คือรางวัลบล็อกที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด ได้รับรางวัลเงินสดและของ รางวัลอื่นๆ มูลค่า 5,000 เหรียญสหรัฐ และรางวัลบล็อกที่มีเนื้อหาดีที่สุดในปี ได้รับรางวัล เงินสดและของรางวัลอื่นๆ มูลค่า 3,000 เหรียญสหรัฐ

ONLINE ACTIVITIES TO PROMOTE THAILAND'S MICE CITIES

Recognising the importance of social media as an effective communications channel in the digital era, the Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) has incorporated social media as part of its marketing tools to make known the potential and readiness of Thailand's MICE industry worldwide. In addition, the social networks serve as effective interactive communication channels between TCEB and target groups in promoting the diversity of destinations for organising events in the MICE Cities of Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai and Khon Kaen.

According to Mr. Nopparat Maythaveekulchai, the TCEB President, TCEB has been using information technology to support the MICE business since the last fiscal year. The bureau has also restructured its organisation with the establishment of an IT Department that is responsible for implementing the corporate online system development plan and creating continual online marketing strategies. The major online projects in 2013 included a photo contest on the theme "Inspiring Thailand" as a means of boosting Thailand's image as a preferred destination for MICE in the Asian region by offering a diversity of impressive experiences.

Another noteworthy online campaign was the MICE Destination Review Competition, which will be continued into fiscal year 2013-2014. The TCEB in cooperation with Thai International Airways Public Company Limited and strategic industry partners invited MICE professionals and bloggers from around the world to submit applications. The response was positive with more than 100 applicants from 20 countries worldwide participating in the campaign. The judging committee selected qualified candidates based on the experience and successful work of MICE professionals or bloggers with a large following on the social media.



The selected 5 finalists from 4 countries were Mr. Robert Schrader, a well-known tourism blogger from the United States; Ms. Victoria Philpott, a blogger from the United Kingdom; Ms. Stephanie Selesnick, a blogger from United States; Ms. Jennifer Lee, a professional exhibition and conference organiser from Singapore; and Mr. Nguyen Hoang, the Director of Hanoi Foreign Affairs Service Centre from Vietnam.

All 5 finalists were given the task of inspecting one of the MICE Cities between January 19 and 25 and then describing their experiences through posts on their blogs, highlighting the potential of these MICE Cities in terms of infrastructure, transport, accommodation, meeting venues and major tourism destinations. Such posts would disseminate useful information and inspire MICE industry target groups around the world.

Two prizes will be awarded to the winners. The most inspiring blog with the highest number of views will earn its owner a cash award of US\$5,000 and the blog with the best content will be rewarded with US\$3,000.

นายโรเบิร์ต ชเรเดอร์ บล็อกเกอร์ท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่ได้รับมอบหมายในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวไมซ์ในกรุงเทพฯ กล่าวว่า “นอกเหนือจากความพร้อมด้านสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เยี่ยมแล้ว สิ่งที่ผมประทับใจและเห็นว่าเป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยคือน้ำใจและอุปนิสัยเป็นมิตรของคนไทย”

นางสาวเจนนิเฟอร์ ลี ในฐานะนักจัดงานที่ผ่านอีเวนต์ระดับโลกมากมาย ได้รับมอบหมายให้ถ่ายทอดประสบการณ์ของเมืองพัทยา กล่าวว่า “จุดแข็งของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยคือการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐที่ต่อเนื่อง เช่น ทีเส็บ ซึ่งเป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน รวมทั้งทัศนคติเชิงบวกของทีมงานในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือนักจัดงานในทุกกรณี”

ในขณะที่บล็อกเกอร์ชาวเวียดนาม นายเหงียน ฮวง ได้กล่าวในทำนองเดียวกันว่า “ไมซ์ซิตี้ของไทยนั้นมีความโดดเด่นในเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่งดงาม น่าสนใจ โดยเฉพาะจังหวัดขอนแก่น ผมเชื่อว่าจะไม่เพียงสามารถเป็นศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ในภาคอีสานเท่านั้น แต่ยังมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในแถบอินโดจีนและกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงด้วย”

นายพนรัตน์ กล่าวว่า แผนการตลาดออนไลน์ดังกล่าว จะเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทางไมซ์ในตลาดต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ เมื่อจบภารกิจของทั้ง 5 ท่านแล้ว ทีเส็บคาดว่าจะมีผู้ติดตามบล็อกเกอร์จำนวนมาก ซึ่งจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลและศักยภาพของไมซ์ซิตี้ในประเทศไทยไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยจะส่งผลต่อการต่อยอดภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกและที่สำคัญจะช่วยผลักดันให้ทีเส็บบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานปีงบประมาณ 2557 ในการเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 987,000 คน หรือมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมไมซ์เป็นมูลค่า 96,900 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

Well known American tourism blogger Mr. Robert Schrader, who has been assigned to write about Bangkok MICE, notes that: “In addition to the readiness of the event venues and the excellent facilities, my impression is that the strength of the Thai MICE industry lies in the kindness and friendliness of the Thai people”.

Ms. Jennifer Lee, a MICE professional from Singapore, who has been assigned to write about Pattaya MICE says, “The strength of the Thai MICE industry comes from the continued support from government agencies like TCEB, which acts as a central body in facilitating the MICE business. Moreover, TCEB's team has a positive attitude to both the needs of investors and professional organisers”.

Mr. Nguyen Hoang, meanwhile, a blogger from Vietnam who has been assigned to write about Khon Kaen MICE, acknowledges that “Thai MICE Cities are outstanding, with perfect infrastructure, facilities, tourist attractions and a fascinating culture and traditions. I do believe that Khon Kaen not only has potential to be a centre for MICE events in Northeast Region, but also a hub for Indochina and Greater Mekong Sub-region”.

Mr. Nopparat added that this online marketing campaign will be key to quickly communicating with MICE travellers in the international market while simultaneously responding to the current situation.

The bureau expects that each of the finalists will draw a lot of followers once they have completed their missions. This will help to promote, both rapidly and widely, the potential of MICE Cities to the target groups. The campaign will also benefit and emphasise the reputation of Thailand as a centre for both the regional and global MICE industry.

More importantly, the campaign will help TCEB to achieve its 2014 operating target of 987,000 MICE travellers, a 5 per cent growth over last year, and earn Bt96.900 billion in revenue, up 10 per cent from the same period last year.

เอกชนต้นแบบตลาดรับสถานการณ์ไตรมาส 2

สุขภาพไมซ์ไทยดีงานต่างประเทศ

ทำ

ท่ามกลางสถานการณ์ในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจไทยในหลายภาคส่วน ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์ก็เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการชุมนุมทางการเมือง ทว่าผู้ประกอบการไมซ์ไทยยังคงเชื่อมั่นในศักยภาพและจุดแข็งของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย จับมือที่เสียบร่วมกิจกรรมการตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เน้นคุณภาพจัดงานและความคิดสร้างสรรค์จัดงานต่างประเทศ

นายบุญทวี จันทสุวรรณ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีเวนท์ ทราเวล เอเชีย จำกัด กล่าวว่า บริษัทเพิ่งจัดตั้งองค์กรมาเป็นปีที่ 2 โดยปี 2556 บริษัทประสบความสำเร็จในการดำเนินงานเป็นอย่างสูง จากจุดเด่นของบริษัทที่เน้นการให้บริการแก่ลูกค้าโดยอาศัยการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ก่อปรกับประสบการณ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศกว่า 20 ปี

แต่สถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อบริษัท โดยมีการยกเลิกงาน และเลื่อนงานจนปัจจุบันเป็นจำนวนกว่า 20 งาน ทั้งลูกค้าขนาดใหญ่และเล็ก สูญเสียจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ประมาณ 3,000 คน

ภายใต้สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน ที่เสียบ ในฐานะหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทหลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ยังทำงานร่วมกับพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการเร่งสร้างความมั่นใจและให้การสนับสนุนผู้จัดงานไมซ์จากทั่วโลกที่สนใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานประชุมและการแสดงสินค้า ด้วยการพัฒนาโปรโมชันพิเศษเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นให้แก่ักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยเฉพาะการนำเสนอความสะดวกสบาย

และประทับใจกับอสังหาริมทรัพย์ของคนไทย ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดงานระดับเวิลด์คลาสของประเทศไทย

“บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารถึงสถานการณ์ในปัจจุบันตามความเป็นจริงเพื่อให้ลูกค้าเห็นภาพโดยรวม และเข้าใจถึงสถานการณ์ความเป็นไปของประเทศไทย ซึ่งตั้งแต่เกิดเหตุการณ์ขึ้นนั้น ที่เสียบได้ยื่นมือให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพดีมาก มีการพัฒนาด้านข้อมูล โดยมีแกล้งการณ์สถานการณ์การเมืองเป็นประจำและมีจดหมายยืนยันเพื่อช่วยผู้ประกอบการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า สำหรับลูกค้าที่มีความประสงค์จะยกเลิกหรือเลื่อนการจัดงานนั้น บริษัทจะเก็บเงินมัดจำไว้ให้และจะคืนเมื่อลูกค้ากลับมาใช้บริการภายในระยะเวลาที่กำหนด”

นอกจากการกระตุ้นให้เอกชนไทยเดินทางมาทำตลาดไมซ์อย่างต่อเนื่อง ในไตรมาสที่ 2 ของปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ที่เสียบ ยังให้การสนับสนุนเอกชนปรับตัวเพื่อมองหาช่องทางด้านการตลาดในภาวะที่ตลาดชะลอตัว ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อร่วมขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยเติบโตได้ตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ที่นักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 296,000 คน สร้างรายได้ 29,070 ล้านบาท

สำหรับแผนงานด้านการตลาดในไตรมาสที่ 2 ปีงบประมาณพ.ศ. 2557 นั้น ที่เสียบได้เร่งปรับกลยุทธ์ตลาดเพื่อดึงกลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮ่องกง ให้กลับคืนมา เน้นสร้างความเชื่อมั่นผ่าน “ทีมไทยแลนด์” เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยทั้งในและต่างประเทศ เน้นการดึงกลุ่มตลาดคุณภาพสำหรับธุรกิจประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ด้านธุรกิจการประชุมนานาชาติจะเน้นการขยายตลาดการประชุมนานาชาติไปสู่รายอุตสาหกรรมตลาดคุณภาพสูง เช่น ภาคการศึกษา อุตสาหกรรมเทคโนโลยี





Mr. Boontawee Jantasuan

PRIVATE SECTOR GEARS UP PROACTIVE MARKETING PLAN FOR SECOND QUARTER PROMOTING THAI MICE QUALITY TO WIN OVERSEAS EVENTS

Amidst the current political climate that continue to affect most sectors of the economy, including the MICE industry. However, Thai entrepreneurs still remain confident about the potential and strengths of the Thai MICE industry. The private sector has joined TCEB in creating proactive marketing campaigns with the aim of augmenting the organisation of quality events and coming up with creative ideas to win more international business events.

Mr. Boontawee Jantasuan, Managing Director of Events Travel Asia notes that despite only being operational in its current form for two years, the company enjoyed great success in 2013 thanks to its outstanding and unique service, creative ideas and more than two decades of experience in the tourism and MICE industry.

However, the political situation, which started late last year, has nonetheless affected the company, leading to the cancellation or postponement, as of February 2014, of more than 20 small and big events and costing Thailand some 3,000 MICE travellers.

Under the current political climate, TCEB, as a government agency with a key role in promoting Thailand's MICE industry, continues to work closely with its strategic partners in both the public and private sectors to enhance confidence and support those international MICE organisers interested in selecting Thailand as a destination for MICE events. The bureau has developed a series of special promotions to revive the confidence of MICE travellers and offers convenience, full Thai hospitality as well as facilities for organising world-class events in Thailand.

"The company places great importance on close communications that will enable customers to have a clear picture of the present situation and understand what's going on. Since the beginning of the political protests, TCEB has been effective in providing assistance to operators. The bureau has developed media tools that offer regular statements about the political situation as well as confirmation letters to help boost customer confidence. For buyers who want to cancel or postpone the events, the company will keep the deposits and return these when they return to organise the events in a pre-determined specific period," Mr. Boontawee says.

In addition to encouraging the private sector to push forward with their marketing activities during the second quarter of the 2014 fiscal year, TCEB is also supporting companies to seek other marketing channels during the

ไตรมาสแรก การเงินและการบัญชี และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ ยังคงรักษาตลาด ขยายตลาด และเพิ่มจำนวนงานแสดงสินค้าไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมอากาศยาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

สอดคล้องกับแนวทางด้านการตลาดของทีเส็บ นายบุญทวี กล่าวว่า บริษัทได้วางแผนการตลาดที่จะดึงกลุ่มต่าง ๆ เข้ามาจัดงานในระยะสั้น โดยนำเสนอการให้บริการรองรับการจัดงานไมซ์ในต่างประเทศ แม้ว่า บริษัทจะไม่มีสาขาในต่างประเทศ แต่ด้วยทีมงานที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์สำคัญ ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควบคู่ไปกับความคิดนอกกรอบใหม่ ๆ ที่มุ่งเน้นการสร้างสรรค์งานระดับคุณภาพให้กับลูกค้า ทำให้เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า และทำให้สามารถชนะงานจากต่างประเทศมาทดแทนปริมาณงานในประเทศที่หายไป เช่น งานสัมมนาของกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก เป็นต้น

พร้อมกันนี้ ทีเส็บ ยังช่วยลดค่าธรรมเนียมเข้าร่วมกิจกรรมเทรดโชว์ และโรดโชว์ในต่างประเทศ เพื่อช่วยลดภาระผู้ประกอบการให้ยังสามารถเข้าร่วมทำการตลาดและดำเนินธุรกิจต่อไปได้

นายบุญทวี กล่าวอีกว่า บริษัทร่วมกับที่เสียบในการเข้าร่วมงาน AIME ครั้งนี้เป็นครั้งแรก ซึ่งก่อนหน้านี้ เคยเข้าร่วมงานนี้มาโดยตลอด เพราะให้ความสำคัญกับตลาดโอเชียเนีย เนื่องจากเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี นอกจากนี้ ยังเป็นการรักษาลูกค้ากลุ่มเดิมและพบปะพูดคุยกับลูกค้าใหม่ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ขององค์กรให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ทางด้านที่เสียบ เตรียมถกผู้ประกอบการและสมาคมเอกชนเพื่อระดมความคิดเห็น และทบทวนความเสียหายของอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงวางแผนฟื้นฟูเพื่อกระตุ้นตลาดและฟื้นฟูภาพลักษณ์ทั้งในระยะเร่งด่วน และระยะยาว

ที่เสียบยังได้ติดต่อกับผู้จัดงานอย่างใกล้ชิดเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการจัดงานในประเทศไทย โดยเป็นที่ปรึกษาเรื่องความปลอดภัยของงาน ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และการเตรียมความพร้อมรองรับผลกระทบที่เกิดขึ้น

สำหรับไตรมาส 2 ปีงบประมาณ 2557 (มกราคม - มีนาคม)

market slowdown. Marketing of various activities is needed to drive industry growth so that the target of 296,000 MICE travellers and Bt29.07 billion in revenue are achieved.

For its part, TCEB is revising its marketing strategy for the second quarter of 2014 fiscal year to recover such major markets as India, Japan, South Korea and Hong Kong. The bureau is aiming to regain confidence through the "Thailand Team" and promoting the country's MICE industry in both local and international markets. The strategy is designed to attract quality markets for the meetings and incentives segment while in parallel expanding conventions to include the high quality market in each industry including education, technology, telecommunications, finance and accounting, and creativity. For the exhibitions sector, the bureau is aiming to maintain existing markets, expand new markets and increase the number of exhibitions in such other industries as tourism, aviation and creativity.

Events Travel Asia is working in line with TCEB's marketing strategy and has come up with a marketing plan that aims to attract buyers to organise the events in Thailand with the shortest possible delay, Mr Boontawee says. While the company has no representatives in foreign countries, it is nonetheless able to showcase its capability to serve the international MICE events. By providing quality, experienced staff to organise both domestic and international events and matching this with out-of-the-box thinking, it is able to create quality events for customers. This in turn satisfies customers and wins overseas events to compensate for such cancellations as the convention for health-related product in Asia-Pacific.

For its part, the TCEB has reduced the entry fee for attendance at international trade shows and road shows to lower the cost burden for operators and help them with their marketing activities and businesses.

Mr. Boontawee added that this year, for the first time, the company had joined the TCEB in attending

ที่เสียบตั้งเป้าจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ 296,000 คน คิดเป็นรายได้ 29,000 ล้านบาท โดยคาดว่า ช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์จะมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งสิ้น 170,000 คน คิดเป็นรายได้ 5,280 ล้านบาท โดยในไตรมาสที่ 2 มีสัดส่วนร้อยละ 30 ของอุตสาหกรรมไมซ์ตลอดปีงบประมาณ

การดำเนินการมาตรการการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์นั้น ที่เสียบจะเน้นเรื่องความปลอดภัย สวัสดิภาพและการเดินทางเข้าและกลับประเทศ รวมถึงการพำนักรถไฟของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ สื่อสารโดยตรงกับผู้จัดงานทุกงานที่เกี่ยวข้องพร้อมออกแถลงการณ์เป็นระยะแจ้งความคืบหน้าสถานการณ์ และพื้นที่เสี่ยง รวมถึงการจัดทำแนวทางขึ้นแนะแก่นักเดินทางและผู้จัดงาน

นอกจากนี้ จะมีการตั้งศูนย์ดูแลที่สนามบิน และร่วมกับกระทรวงท่องเที่ยวและตั้งคณะกรรมการชุดบริหารวิกฤติและวางแผนเพื่อรองรับทุกเหตุการณ์ ติดตามประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิด ตลอดจนประสานงานกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

AIME. In previous years, he had also attended the event. With Oceania such a large potential market with a growing number of MICE travellers annually, the company needs to maintain existing customers and introduce the company to new buyers.

The TCEB plans to hold discussions with Thai MICE entrepreneurs and private associations to review the impact on the industry and brainstorm on a recovery plan to stimulate the market and rekindle the country's image both in the short and longer term.

Moreover, the bureau remains in close contact with organisers to ensure the continuity of events. The bureau provides consultancy services in relation to the safety of the events, is in constant communication with public and private organisations and is prepared for the political impacts.

In the second quarter of the 2014 fiscal year (January-March), the TCEB aims to welcome 296,000 MICE travellers, generating Bt29 billion in revenue. In the first two months of this year, it expects to attract 170,000 MICE travellers, generating revenue of Bt5.28 billion. The number of MICE travellers in the second quarter represents 30 per cent of the MICE industry for the entire fiscal year.

Furthermore, the bureau will focus on safety for travel in and out the country as well as for MICE travellers during their stay in the country. The bureau will communicate with all organisers and release up-to-date statements on the current situation and risk areas as well as provide guidelines for MICE travellers and organisers.

In addition, the bureau will open care centres at the airports and join the Ministry of Tourism and Sports in setting up an emergency management committee. The committee will design a plan to prepare for all incidents, monitor and assess the situation closely as well as coordinate with strategic partners in public and private sectors.





รวมพลรัฐ-เอกชน ขับเคลื่อนไมซ์ไทย

ทีเส็บจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (Familiarization Trip 2014) เมื่อวันที่ 8 – 10 มกราคม 2557 ณ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐรับทราบพันธกิจของ ทีเส็บ และความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างทีเส็บกับทุกหน่วยงานผ่านกิจกรรมสนทนา การสร้างการทำงานร่วมกันเป็นทีม โดยเชิญผู้แทนหน่วยงานจากภาครัฐ และพันธมิตรภาคเอกชนเข้าร่วมกิจกรรม อาทิ กรมการกงสุล กรมศุลกากร สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง บริษัท การท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

FORMING PARTNERSHIPS TO MOVE FORWARD THAILAND'S MICE INDUSTRY

TCEB recently organised a 2014 Familiarization Trip to strengthen its collaborative network with strategic partners and government agencies in supporting the domestic MICE industry. The event was held at Khao Yai National Park, Nakhon Ratchasima province from January 8-10, 2014 and was designed to enhance knowledge about TCEB's mission and the importance of MICE among government agencies.

The trip also reinforced relationships between TCEB and all participating organisations through recreational activities while also developing teamwork.

Representatives from public and private organisations, including the Department of Consular Affairs, Customs Department, Immigration Bureau, and Airports of Thailand Public Company Limited, were invited to join the event.

ทีเส็บ นำภาคเอกชนจัดโรดโชว์ บุกตลาดโอเชียเนีย

ทีเส็บ เดินหน้าขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย จัดกิจกรรมโรดโชว์ พร้อมเปิดเวทีให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์จากประเทศไทยเข้าร่วมกิจกรรมพบปะลูกค้าในกลุ่มโอเชียเนีย ประกอบด้วยออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และหมู่เกาะในมหาสมุทรแปซิฟิก ภายในงาน Thailand CONNECT Cocktail Reception Night ที่จัดขึ้นร่วมกับ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย โดยได้รับเกียรติจาก นายธีรเทพ พรหมวงศานนท์ กงสุลใหญ่ ณ นครซิดนีย์ ให้เกียรติเป็นประธานในงาน



TCEB LEADS PRIVATE SECTOR INTO OCEANIA MARKET

TCEB recently organised a roadshow to further drive Thailand's MICE industry and provided Thai MICE entrepreneurs with an international platform to meet with prospect customers in the Oceania market, which include Australia, New Zealand, and the Pacific Islands at the Thailand CONNECT Cocktail Reception Night, in collaboration with Thai Airways International Public Company Limited. The event was presided over by Mr Theeratep Promvongsanon, Consul General of the Royal Thai Embassy in Sydney.