

TCEB NEWSLETTER



THAILAND
convention & exhibition bureau

www.tceb.or.th

Issue 20

July-August, 2011

สสพ.เสนอรัฐบาลใหม่แผนยุทธศาสตร์ 5 ปี
ตั้งเป้าตลาดโตร้อยละ 75 สร้างรายได้กว่า
แสนล้านบาท



TCEB TO PROPOSE FIVE-YEAR MICE PLAN
TO NEW GOVERNMENT
TARGETING 75% MARKET
GROWTH AND MORE THAN
BT100 BILLION IN REVENUE

อ่านต่อหน้า 4-5 / See pages 4-5





4-5 TCEB TO PROPOSE FIVE-YEAR MICE PLAN TO NEW GOVERNMENT TARGETING 75% MARKET GROWTH AND MORE THAN BT100 BILLION IN REVENUE



6-8 TCEB RAISES THAI MICE OPERATORS' RESOLUTIONS IN RESPONSE TO UPCOMING ASEAN ECONOMIC COMMUNITY WITH NEW GOVERNMENT



9-11 TCEB ORGANISES 'CONNECTIONS PLUS 2011' BRINGING INTERNATIONAL BUYERS AND MEDIA TO EXPERIENCE LUXURY MICE



12-13 TCEB LAUNCHES 'INTELLIGENCE CENTER' A STRATEGY TO DEVELOP THE INTEGRATED MICE DATABASE SERVICE



14-15 TCEB REVEALS LOGO AND MASCOT FOR THAILAND'S BID TO HOST THE WORLD EXPO 2020



16-18 THAILAND EYES GREATER COOPERATION WITH INDONESIA THROUGH EXHIBITIONS INDUSTRY



20 THAILAND COLLABORATES WITH SOUTH KOREA TO MAKE ASIAN MICE A GLOBAL LEADER



THAILAND
convention & exhibition bureau

TCEB Newsletter

Public Relations Division
Marketing Communication Department

Senior Manager: **Parichat Svetasreni**

Managers: **Arisara Thanuplang,**
Sumet Kanchanapan

Executive: **Atichit Akkarakittikul**

Thailand Convention & Exhibition
Bureau (TCEB)

Siam Tower, 26th Floor, 989 Rama 1
Road, Pathumwan, Bangkok 10330

Tel: +66 2 694 6000

Fax: +66 2 658 1411

E-mail: info@tceb.or.th,

arisara_t@tceb.or.th

Chief Operating Officer: **Aeumsree**
Boonhachairat

Editor: **Patcharee Lueng-uthai**

E-mail: patcharee@nationgroup.com

Contributors: **Suchat Sritama, Kwanchai**
Rungfapaisarn

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

Art Director: **Pradit Phulsarikij**

Photos: **TCEB, Nation photographers**

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

Tel: **(02) 338 3563**

E-mail: ratchanee@nationgroup.com

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

1854 Bangna-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

สวัสดีผู้อ่านวารสาร สสปน. ทุกท่านครับ

นี่เป็นสัญญาณที่ดีในการสร้างความเชื่อมั่นทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจไมซ์ หลังจากที่มีการเลือกตั้งทั่วไปเมื่อต้นเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมาผ่านไปได้ด้วยดี

ก่อนหน้านี้ สสปน. ร่วมกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจัดสัมมนาเรื่อง “นโยบายไมซ์กับรัฐบาลใหม่” เพื่อระดมความคิดเห็นในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ระยะ 5 ปี (2555-2559) ซึ่งจะนำเสนอรัฐบาลใหม่พิจารณา รวมทั้งผลักดันให้เป็นหนึ่งในนโยบายหลักของรัฐบาลเพื่อสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายของการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมในภูมิภาคเอเชียใน ปี 2559

ขณะเดียวกัน สสปน. เตรียมยื่นข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการไมซ์ต่อรัฐบาลเพื่อสร้างความพร้อมรับมือกับผลกระทบจากการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากรัฐบาล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งผู้ประกอบการและแรงงานในภาคอุตสาหกรรมไมซ์

ส่วนอีกด้านหนึ่ง สสปน. ได้ขยายเครือข่ายความร่วมมือกับประเทศในภูมิภาคเอเชียมากขึ้น โดยได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งกรุงโซล” (Seoul Tourism Organization) เพื่อขยายตลาดไมซ์ร่วมกัน และเป็นอีกกลยุทธ์ในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาคเอเชียไปสู่การเป็นผู้นำระดับโลก

นอกจากนี้ สสปน. เปิดตัวที่สัมมนาธุรกิจใจในหัวข้อ “ขยายโอกาสทางธุรกิจอาเซียนผ่านการจัดงานแสดงสินค้าระดับแชมเปียน” (Maximize Your Business Opportunity in ASEAN through Thailand's Champion Trade Shows) โดยมีเป้าหมายดึงดูดนักท่องเที่ยวจากอินโดนีเซียเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับแชมเปียนของไทยที่ได้รับการสนับสนุนจาก สสปน. เพื่อสร้างการรับรู้ถึงโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทย และเปิดประตูสู่ตลาดอาเซียนผ่านเวทีการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งการจัดประชุมครั้งนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนอุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของ สสปน. ภายใต้แคมเปญ “Better the Best” ที่ได้ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นปีที่สองแล้ว

โครงการ ‘Intelligence Center เพิ่มศักยภาพไมซ์ ก้าวไกลสู่อนาคต’ เป็นอีกโครงการสำคัญที่ได้เปิดตัวไปเมื่อเร็ว ๆ นี้ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในแผนงานหลักด้านการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่ได้รับการขานรับสูงสุดจากภาคเอกชน โดย สสปน. กำหนดเปิดให้บริการศูนย์ข้อมูลเต็มรูปแบบครั้งแรกของไทยภายในปี พ.ศ. 2557 โดยมีเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางข้อมูลไมซ์ของภูมิภาคเอเชียต่อไป

นอกจากนี้ สสปน. ยังได้ประสบความสำเร็จอย่างมากจากการดำเนินโครงการประกวดตราสัญลักษณ์ และมาสคอต เพื่อรณรงค์การเสนอตัวประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงานมหกรรมโลก เวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 โดยมีผลงานส่งเข้าประกวดกว่า 1,000 ชิ้นจากทั่วประเทศ และขณะนี้ สสปน. ได้ตราสัญลักษณ์ และมาสคอตที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์แล้ว ที่สะท้อนแนวคิดหลักของงาน นั่นก็คือ “นิยามใหม่ของโลกาภิวัตน์ — วิถีที่ยั่งยืน เพื่อโลกที่สมดุล (Redefine Globalisation — Balanced Life, Sustainable Living)” และพร้อมใช้งานในการเสนอตัวประเทศไทยเป็นเจ้าภาพเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 อย่างเป็นทางการ

นายอรรคพล สรสุชาติ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

MESSAGE FROM THE PRESIDENT

Dear readers,

The peaceful environment surrounding the holding of the general election in early July bodes well for increased confidence in trade, investment, tourism as well as MICE business.

Earlier, TCEB joined with the private sector in organizing a seminar on “New MICE Policies for the New Government” to mobilize ideas and design a five-year strategic MICE industry development plan (2012-2016). The bureau will urge the government to incorporate the new MICE plan with its policies to enhance Thailand's MICE industry as a preferred destination in Asia and make it the hub of Asia by 2016. Meanwhile, TCEB is to propose the suggestions of Thai MICE operators to the new government in a bid to be ready for the changes that will come after the formation of the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015. It is essential for Thai MICE industry to receive the government's support to strengthen the competitiveness of both operators and labor in the MICE sector.

TCEB has also expanded bilateral cooperation with Asian countries. Recently, TCEB signed a Memorandum of Understanding with the Seoul Tourism Organization to jointly promote the MICE markets of both countries and enhance the growth of the Asian MICE industry to ensure it becomes a world leader.

In addition, TCEB held a business forum on “Maximize Your Business Opportunities in ASEAN through Thailand's Champion Trade Shows”. The event aimed to attract Indonesian MICE travelers visiting the five ‘champion’ trade shows supported by the bureau. The business forum is expected to enhance awareness of business opportunities in Thailand and open the door to the ASEAN market through the country's exhibition platform. This symposium is part of TCEB's support for Thailand's exhibition industry under its ‘Better the Best’ campaign, which is being implemented for the second consecutive year.

The Intelligence Center is another imperative project. Launched recently, it is one of TCEB's priorities and will develop and enhance Thailand's MICE industry while responding to the needs of the private sector. The bureau aims to have Thailand's first information Center fully operational by 2014, and make Thailand the leading MICE information Center in Asia.

Moreover, TCEB enjoyed great success in organizing “World Expo 2020: Logo and Mascot Competition” in support of Thailand's bid to host the World Expo 2020, attracting more than 1,000 entries from all over the country. Now, the bureau has the perfect logo and mascot that reflect the theme and core message of the event - “Redefine Globalisation - Balanced Life, Sustainable Living”. The logo and mascot are available for the official campaigns of the bidding to host the World Expo 2020.

Akapol Sorasuchart

President

Thailand Convention and Exhibition Bureau



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ร่วมกับภาคเอกชน จัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ระยะ 5 ปี (2555-2559) เพื่อนำเสนอรัฐบาลใหม่พิจารณา โดยมุ่งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชียภายในปีพ.ศ. 2559 คาดว่า นักเดินทางกลุ่มไมซ์จะโตถึงร้อยละ 75 เมื่อเทียบกับปี 2555 คิดเป็นจำนวน 1.4 ล้านคน สร้างรายได้ให้ อุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 87 คิดเป็น 1.3 แสนล้านบาท

นายอรรถพล ศรีสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. เปิดเผยว่า สสปน. ได้มีนิกกำลังกับภาคเอกชนในการวางรากฐาน อุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากการจัดประชุมผู้นำไมซ์ (MICE Summit) เพื่อกำหนดแนวทางการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ไทย จนกระทั่งนำไปสู่การจัดทำ “โรดแมปอุตสาหกรรมไมซ์” ครั้งแรกของประเทศไทย

ล่าสุด สสปน. ร่วมกับภาคเอกชน จัดงาน “นโยบายไมซ์กับรัฐบาลใหม่” เพื่อระดมความคิดเห็นในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ 5 ปี โดยให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) รวมทั้งเพื่อเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพื่อรองรับการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้ การจัดทำแผนมีเป้าหมายมุ่งสู่วิสัยทัศน์เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย ปี พ.ศ. 2559 โดยมีพันธกิจเพื่อเพิ่มรายได้เข้าประเทศไทยผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ และสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่ตลาดโลก

ตามแผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี สสปน. กำหนดเป้าหมายหลัก 5 ประการ เพื่อสนับสนุนและผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง คือ

1. เพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ปีละ 15-25%
 2. เพิ่มจำนวนการนำเข้านักเดินทางไมซ์ต่างประเทศเข้าสู่ประเทศปีละ 15-25%
 3. เพิ่มรายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไมซ์ปีละ 5%
 4. ร้อยละความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไมซ์ ไม่น้อยกว่าระดับการประเมินในปี 2554 และ
 5. ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการไมซ์ ไม่น้อยกว่าระดับการประเมินในปี 2554 โดยมีการดำเนินการใน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การดึงดูดงานเข้าประเทศ (Win) กลยุทธ์ส่งเสริม (Promote) และกลยุทธ์พัฒนา (Develop)
- นอกจากนี้ สสปน. ยังได้กำหนดยุทธศาสตร์ภายใต้ 3 กลยุทธ์หลักดังกล่าว ได้แก่
1. กลยุทธ์การดึงดูดงานเข้าประเทศ (Win)

- ยุทธศาสตร์ คือ การรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมาย
- 2. กลยุทธ์ส่งเสริม (Promote)
- ยุทธศาสตร์ คือ การผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย
- 3. กลยุทธ์พัฒนา (Develop)
- ยุทธศาสตร์คือ
- การพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค
- การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- การพัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์
- การเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ
- การยกระดับศักยภาพและบทบาทของสสปน.

ทั้งนี้ สสปน. มั่นใจว่า จากแผนทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ 5 ปี และการปฏิบัติตามแผนงานร่วมกับภาคอุตสาหกรรมไมซ์ จะสามารถผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย ในปีพ.ศ. 2559 ได้ โดยวัดจากระดับการรับรู้ของนักเดินทางไมซ์และพิจารณาประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานต้องไม่ต่ำกว่า 50% และอัตราการเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่โปรดต้องเพิ่มจาก 5% เป็น 15% (จากข้อมูลการศึกษาของ Nielsen ในโครงการ Thailand MICE Brand Study) โดยคาดว่าในปี 2559 จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้ถึง 75% คิดเป็นจำนวน 1.4 ล้านคน สร้างรายได้ให้อุตสาหกรรมไมซ์โตกว่า 87% คิดเป็นถึง 1.3 แสนล้านบาท โดยมีสัดส่วนมูลค่าต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคิดเป็น 18.35% และสัดส่วนมูลค่าต่อ GDP ถึง 1.10%

นายอรรถพล กล่าววว่า แผนยุทธศาสตร์ระยะยาวนี้ จะเป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานของสสปน. และอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกัน ซึ่งได้มีการวางกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และพันธกิจ อันจะเป็นแนวทางปฏิบัติที่ทำให้บรรลุเป้าหมายหลัก โดยมีตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์และผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ชัดเจนและวัดผลได้ สามารถประเมินผลกระทบเป็น 3 ระยะ คือ ในปีที่ 1 (พ.ศ. 2555) ปีที่ 3 (พ.ศ. 2557) และปีที่ 5 (พ.ศ. 2559) ตามลำดับ

“สสปน. จะนำเสนอแผนระยะ 5 ปี พร้อมกับชี้ถึงผลกระทบเชิงเศรษฐกิจต่อรัฐบาลใหม่ เพื่อดำเนินการผลักดันให้เป็นหนึ่งในนโยบายของรัฐบาลในการร่วมกันผลักดัน อุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นศูนย์กลางไมซ์แห่งเอเชีย” นายอรรถพล กล่าวทิ้งท้าย

The Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB) has joined with the private sector in setting a five-year strategic plan (2012-2016) for the development of Thailand's MICE industry, which will be submitted to the new Government for consideration. The plan aims to drive Thailand as a preferred destination for the MICE industry in Asia by the year 2016 and forecasts a 75% increase in the number of MICE travelers to 1.4 million a year and 87% growth in revenue to Bt130 billion.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President, says the bureau has always worked hand in hand with the private sector to strengthen the foundations of Thailand's MICE industry. The two sides started by organizing a MICE Summit to draw up a framework for the recovery of Thailand's MICE industry, which led to Thailand's first "MICE Industry Roadmap" or "White Paper".

In the latest move, TCEB joined with the private sector in developing a "New MICE Policy for the New Government", gathering ideas in order to set a five-year strategic MICE industry development plan. This long-term plan will be in line with the 11th National Economic and Social Development Plan (2012-2016), and is in preparation for the formation of the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015. The plan aims to achieve TCEB's vision of Thailand becoming a preferred destination for MICE industry in Asia in 2016, generating revenue for the country through the MICE industry as well as strengthening the country's competitive edge in the international arena.

In the five-year strategic plan, TCEB has set 5 main targets. These will support and enhance Thailand's MICE industry as well as increase its competitiveness and ensure continued growth.

- 1) Increase MICE revenue by an average of 15-25% a year.
- 2) Increase the number of inbound MICE travelers to Thailand by 15-25% a year.
- 3) Increase the average of MICE expenditure per head by 5% a year.
- 4) Ensure that the level of MICE travelers' satisfaction is not less than the 2011 assessment.
- 5) Ensure that the level of MICE operators' satisfaction is not less than the 2011 assessment.

Under the strategic plan, the bureau will proceed through three mechanisms: WIN more bids to host international MICE events in Thailand, PROMOTE Thailand as an ideal MICE destination, and DEVELOP the industry's potential. The bureau has also set strategies to accomplish each of these mechanisms.

1. WIN

- Maintain existing markets and expand to new target markets.

2. PROMOTE

- Drive Thailand as the "Top of Mind" MICE destination in Asia.

3. DEVELOP

- Develop MICE Cities to establish Thailand as a MICE leader in the region.
- Differentiate Thailand's MICE market and add value through the creative economy.
- Develop MICE infrastructure competitiveness.

- Strengthen domestic and international cooperation networks.
- Enhance the role and capability of TCEB.

TCEB is confident that through the implementation of the 5-year MICE industry development plan and the joint action plan with the private sector, Thailand will evolve into the MICE hub for Asia by the year 2016. Achievements, based on Nielsen's Thailand 'MICE Brand' Study, will be evaluated by the level of MICE travelers' awareness about Thailand (not less than 50%), and through their choice of Thailand as the ideal MICE venue (increase from 5% to 15%). TCEB estimates that by 2016, Thailand will witness a growth of 75% in MICE travelers, to 1.4 million visitors per year, with an 87% increase in revenue, reaching Bt130 billion. Also by 2016, the MICE industry will represent 18.35% of Thailand's total tourism revenues, and contribute 1.1% of GDP.

Akapol said that this long-term strategic plan will serve as a framework for TCEB's operations and the MICE industry, and be in line with TCEB's visions and missions of achieving major goals. The results will be evaluated in three phases: in Year 1 (2012); Year 3 (2014) and Year 5 (2016).

"TCEB will propose the five-year plan to the new government and also indicate the economic impacts from the MICE industry. The bureau will urge the government to add the new MICE plan to its of new policies to help drive Thailand's MICE industry as the hub of Asia," Akapol said.





สสพ. ผลักดันข้อเสนอแนะผู้ประกอบการไมซ์ กระตุ้นความพร้อมรัฐบาลรองรับความร่วมมือ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สสพ. เตรียมยื่นข้อเสนอแนะรัฐบาลใหม่ให้กำหนดมาตรการรองรับความเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นหลังการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2558 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไมซ์ พลกระทบต่อภาคแรงงานไมซ์ การเตรียมความพร้อมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และความต้องการการช่วยเหลือจากภาครัฐหลังการเปิดเสรีทางการค้า

น

ายอรรคพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า สสพ. ได้ดำเนินการเชิงรุก และเตรียมพร้อมสำหรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 มากกว่า 2 ปี และได้กำหนดเป็นแผนงานอยู่ในปีงบประมาณ 2555 แล้ว

“เราเชื่อว่า การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อภาคอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างแน่นอน ซึ่ง สสพ. ถือเป็นพันธมิตรสำคัญที่จะช่วยผู้ประกอบการให้เตรียมพร้อมรับมือ และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้ได้ ดังนั้น สสพ. จึงมีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็น

หน่วยงานที่มีบทบาทโดยตรงต่อการรักษาผลประโยชน์ของภาคธุรกิจไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”

เมื่อปลายเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา สสพ. จัดการประชุมร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อระดมสมองและหาข้อสรุปร่วมกันถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน โดยหารือในประเด็นการเตรียมความพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งได้รับเกียรติจาก ผู้อำนวยการสำนักงานยุทธศาสตร์ด้านการค้าบริการและการลงทุน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วมหารือ

ผลจากการประชุมหารือดังกล่าว ได้ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ เพื่อยื่นเสนอต่อรัฐบาล 4 ประเด็นหลัก คือ

- **ผลกระทบในด้านการดำเนินธุรกิจ** จากการแข่งขันที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะด้านต้นทุนการบริการ จึงเสนอให้มีการนำบริการในกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าและบริการที่มีความอ่อนไหวสูง หรือการสงวนสิทธิการใช้มาตรการอุดหนุนให้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ไทยเท่านั้น ตลอดจนการสงวนสิทธิการค้าเสรีนโยบายด้านภาษีกับผู้ประกอบการต่างชาติ เป็นกรณีพิเศษ

- **ผลกระทบต่อภาคแรงงาน** การเคลื่อนย้ายของแรงงานต่างชาติ ส่งผลกระทบต่อแรงงานไทย

- **การได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐ** ในด้านกฎระเบียบที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์

- **การเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาศักยภาพแรงงาน และการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ไทย**

ทั้งนี้ สสพ. ได้วางแผนรองรับเบื้องต้น ได้แก่

1) การจัดทำแผนนโยบายไมซ์ เพื่อยื่นเสนอต่อรัฐบาลใหม่

2) จัดเตรียมแผนงาน โดยเฉพาะด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ให้แข่งขันกับแรงงานที่จะเข้ามาทำงานในประเทศ และเพื่อให้แรงงานไทยออกไปยังต่างประเทศได้ โดยดำเนินการผ่านโครงการส่งเสริมความรู้ด้านไมซ์ โครงการส่งเสริมความรู้เฉพาะทางสำหรับไมซ์ และโครงการส่งเสริมความรู้ทักษะพื้นฐานการบริหารจัดการทั่วไป

3) เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารของผู้ประกอบการไมซ์ โดยจะจัดตั้งศูนย์ข้อมูล Intelligence Center และ Call Center เพื่อให้ผู้ประกอบการไมซ์สามารถศึกษาข้อมูลการค้าบริการต่างๆ และร่วมมือกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ในการจัดสัมมนา ฝึกอบรม การประชุมเชิงปฏิบัติการ การระดมสมองเพื่อสำรวจศักยภาพ จุดอ่อน จุดแข็ง และข้อเสนอแนะมาตรการดำเนินการทั้งในเชิงรุกและรับอย่างต่อเนื่อง และ

4) ดำเนินการฝึกอบรมทักษะที่จำเป็นเร่งด่วน เช่น ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทักษะด้านการบริการ และการคิด Know-How ทางธุรกิจใหม่ๆ

ล่าสุด สสพ. ได้จัดกิจกรรมสัมมนาเชิงวิชาการ “AEC 2015: จุดเปลี่ยนอุตสาหกรรมไมซ์” ขึ้นเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่อุตสาหกรรม และเสริมศักยภาพให้แก่อุตสาหกรรมควบคู่กันไป โดยเทียบเชิญกูรูในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยมาร่วมเสวนาและแสดงข้อคิดเห็น ครอบคลุมหัวข้อตั้งแต่ความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อการเข้าสู่กรอบความร่วมมือเศรษฐกิจอาเซียน ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยต่อการดำเนินการตามกรอบความร่วมมือ และกรณีศึกษาจากการรวมตัวของสหภาพยุโรป

“การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยยังเหลือระยะเวลาในการเตรียมการอีกอย่างน้อย 3 ปี ดังนั้นขณะนี้ผู้ประกอบการไมซ์ไทยจึงอยู่ในสถานะได้เปรียบที่มีการดำเนินการเตรียมความพร้อมล่วงหน้า สิ่งสำคัญคือการปรับตัวให้รับกับกรอบข้อตกลงใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น การเร่งเสริมจุดแข็ง และลดจุดอ่อน ซึ่งจะนำไปสู่ความได้เปรียบของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้” นายอรรถพล กล่าวสรุป



TCEB RAISES THAI MICE OPERATORS' RESOLUTIONS IN RESPONSE TO UPCOMING ASEAN ECONOMIC COMMUNITY WITH NEW GOVERNMENT

TCEB is to put the suggestions of Thai MICE operators to the new government so as to be well equipped to deal with changes in this highly competitive market after the formation of the ASEAN Economic Community (AEC). Thai MICE operators have four main concerns, according to the bureau: business competitiveness, pervasiveness of foreign labor, the readiness of relevant sectors to prepare themselves for change, and government support.



Akapol Sorasuchart, TCEB's President, says TCEB has been working proactively towards preparing for the full integration of the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015 for over two years. A more precise plan is already included in next year's budget.

"We recognize that the AEC will result in many changes to Thailand's MICE industry. It is our mission to help Thai MICE operators prepare themselves for the AEC and increase their abilities to compete in a climate of regional economic integration. TCEB is working closely with the Department of Trade Negotiations, Ministry of Commerce, which has the major responsibility in protecting the benefits of Thailand's business sector within the AEC."

To address these concerns and other issues, TCEB, along with public and private sector agencies, jointly organized a seminar in late June 2011 to brainstorm and seek solutions to the possible impacts of the AEC. There was a discussion on the preparation for the changes in MICE industry, in which the Director of Strategic Trade, Services and Investment Division of the Ministry of Commerce's Department of Trade Negotiations participated.

Thai MICE operators raised four main concerns at the seminar and these will be submitted to the new government for consideration.

The impact from tougher competition on MICE businesses, especially cost and services. The MICE operators suggested that the MICE industry be included on a sensitive list or that protection measures be introduced in the form of subsidies to local MICE operators. A tariff policy should also be formulated, particularly for foreign operators.

The impact on the labor sector. The relocation of foreign labor will affect Thai labor.

The government's regulations for supporting Thailand's MICE industry.

Improving the capability of Thai labor and the

development of Thailand's MICE industry.

Meanwhile, TCEB has set a preliminary action plan in preparation for the AEC.

Set a long-term MICE policy, which will be submitted to the new government.

Prepare an operating plan focusing especially on the development of human resource capabilities in the MICE industry through various MICE training programs. Thai labor will be enhanced so as to better compete with incoming foreign workers or move to work in other countries in the region.

Develop an Intelligence Center and Call Center as databases for MICE operators to search for useful information. TCEB is also teaming up with the Department of Trade Negotiations to organize seminars, workshops and brainstorming sessions to investigate strengths and weaknesses, as well as continuously deliver suitable active and passive strategies.

Provide relevant training on prerequisite skills such as language skills, service-minded characteristics, and new business know-how.

Recently, TCEB conducted a seminar: "AEC 2015: The Turning Point of Thai MICE Industry". This is to prepare the readiness of Thailand's MICE industry as well as enhance the country's competitiveness. The gurus and experts from the industry were invited to join the panel discussion and share their opinions. The topics of discussion covered the readiness of Thai MICE through the full implementation of AEC and the 'European Economic Integration Experience'.

"We have three more years to gradually prepare the industry for the AEC. At this stage, Thai MICE operators are in the position to prepare in advance. It is very important that Thai MICE operators adapt to the new changes, enhance their strengths and minimize weak points. This will eventually lead to a competitive advantage for Thailand's MICE industry," Akapol concluded.



สสพ. จัดกิจกรรม Connections Plus 2011 ดึงกลุ่มผู้ซื้อและสื่อมวลชนทั่วโลก กระตุ้นตลาดไมซ์ระดับบน

สสพ. จัดมหกรรมแฟมริปปี “Connections Plus 2011” ดึงลูกค้ากลุ่มองค์กร และผู้จัดงานแสดงสินค้า ตลอดจนสื่อมวลชนกว่า 120 รายจาก 17 ประเทศ ร่วมสัมผัสกับความพิเศษกับการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย ภายใต้กลยุทธ์การตลาด LUXURY MICE บู กรุงเทพมหานคร และหัวหิน เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักเดินทางระดับผู้บริหาร หวังกระตุ้นตลาดไมซ์ในไตรมาสที่ 3 และ 4

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. เปิดเผยระหว่างงานเปิดงาน Connections Plus 2011 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 19-23 กรกฎาคม 2551 ว่า สสพ. ดำเนินโครงการ Connections Plus เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาด ส่งเสริมการขายให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้นำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ แก่กลุ่มผู้ซื้อที่มีศักยภาพ โดยเน้นการสัมผัสประสบการณ์ตรงและการพบปะเจรจาธุรกิจโดยตรงที่เจรจาโดยตรงระหว่างผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ซื้อ ซึ่งการจัดงานในปีนี้เป็นปีที่ 6 โดย สสพ. ได้ขยายกลุ่มผู้ร่วมงาน จากกลุ่มอุตสาหกรรมการประชุม ไปยังกลุ่มการแสดงสินค้า และสื่อมวลชนทั้งจากตลาดไมซ์ระยะสั้นและระยะยาว

การจัดกิจกรรม Connections Plus 2011 ภายใต้แคมเปญส่งเสริมการขาย “Believe in Thailand มั่นใจเมืองไทยพร้อม” ได้มุ่งเน้นความสำคัญของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความพร้อมของประเทศไทยสำหรับธุรกิจไมซ์ ทั้งความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ และสถานที่จัดการประชุมซึ่งได้มาตรฐานระดับสากล 2) ความหลากหลายของสถานที่จัดการประชุม และประการสุดท้ายคือ 3) โอกาสทางธุรกิจอื่นๆมากมายที่จะสามารถต่อยอด

นำไปสู่การค้าและการลงทุน รวมถึงการสร้างรายได้ให้กับภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ

“ภายใต้แคมเปญ Believe in Thailand เราเปิดตัวกลยุทธ์การตลาด LUXURY MICE เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา เพื่อมุ่งเน้นการประชุมที่มีขนาดเล็กและสร้างความหรูหราในระดับ และเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น โดยนำเสนอ “หัวหิน” เมืองแห่งความพร้อมทั้งสถานที่จัดประชุม โรงแรม และสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามมีเอกลักษณ์ เพื่อรองรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ระดับไฮเอนด์ที่สรรหากิจกรรมไมซ์ที่มีความพิเศษสุด”

ในการจัดแฟมริปปีครั้งนี้ สสพ. ได้เชิญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 120 ราย จาก 17 ประเทศ อาทิ เยอรมัน รัสเซีย ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร จีน เกาหลีฮ่องกง ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย ลาว ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงจากองค์กรชั้นนำในกลุ่มอุตสาหกรรมการประชุมที่มีศักยภาพจัดงานไมซ์ในประเทศไทยในปี 2555 กว่า 60 ราย อาทิ บริษัท ING, Lenovo, Amway เป็นต้น กลุ่มงานแสดงสินค้านานาชาติจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทในการนำผู้แทนทางการค้าจากต่างประเทศเข้ามาจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย จำนวนกว่า 20 ราย อาทิเช่น Singapore Manufacturer's Federations, Lao's Department of Trade Promotion and Product Development, VIETRADE,



Association of the Indonesian Tours & Travel Agencies รวมถึงสื่อมวลชนจากต่างประเทศอีกกว่า 40 ราย โดย สสป. ได้คัดสรรผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อนำเสนอเป็นจุดขายของประเทศไทยใน 2 จุดหมายปลายทาง คือ กรุงเทพมหานคร และ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

สสป. คัดเลือก 2 จุดหมายปลายทางนี้ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีความพร้อมในการรองรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ระดับไฮเอนด์ โดยที่กรุงเทพฯ มีศูนย์ประชุม และแสดงสินค้ามากถึง 5 แห่ง มีขนาดพื้นที่การจัดงานรวมกว่า 210,000 ตารางเมตร มีโรงแรมที่พักระดับ 5 ดาว และมีโรงแรมเปิดใหม่อีกหลายแห่งที่รองรับการประชุมได้ทุกระดับ นอกจากนี้ กรุงเทพฯ ยังเป็นศูนย์กลางคมนาคมทุกด้าน รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวอันน่าตื่นตาตื่นใจอีกมาก โดยปีนี้ กรุงเทพฯ ได้รับการจัดอันดับโดยนิตยสาร Travel & Leisure ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกประจำปี 2554 รองจากเมืองฟลอเรนซ์ และกรุงโรม ประเทศอิตาลี โดยพิจารณาจากสถานที่ทัศนียภาพ ความสวยงาม วัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี อาหารการกิน แหล่งช้อปปิ้ง ความเป็นมิตรของผู้คน และความคุ้มค่าของเงิน

สำหรับหัวหิน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในใจของเหล่าสังคมชั้นสูงมาเป็นเวลานาน เพราะเป็นทั้งที่ประทับของเหล่าเชื้อพระวงศ์ และศูนย์รวมของโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกระดับโลก โดยปัจจุบัน หัวหินมีจำนวน

ห้องพักมากกว่า 11,000 ห้อง และยังมีสถานที่ที่สามารถจัดงานประชุมได้สูงถึง 5,000 คน นอกจากนี้ หัวหินยังสะดวกในการเดินทางทั้งทางบกและทางอากาศ

นายอรรถพล กล่าวอีกว่า ผู้เข้าร่วมโครงการได้สัมผัสกับประสบการณ์ตรงในสถานประกอบการโรงแรม สถานที่จัดประชุม กิจกรรม Team Building และ Networking Activities เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมโครงการกับองค์กรจากทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมไมซ์ กิจกรรม CSR ด้วยการสร้างอาคารเอนกประสงค์สำหรับเด็กเล็กในชุมชน โรงเรียนวัดโคกช้าง อำเภอหัวหิน ซึ่งรูปแบบของการก่อสร้างจะเป็นบ้านดิน ที่มาจากแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

นอกจากนี้ มีการจัดกิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขายขึ้นที่หัวหิน เพื่อเปิดโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่นโดยตรง รวมทั้งกิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขายที่กรุงเทพฯ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย รวมไปถึงการจัดกิจกรรม Theme Party เพื่อนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ในสถานที่ที่สามารถจัดงานพิเศษเฉพาะกลุ่ม อาทิ การจัดงานเลี้ยงต้อนรับและกิจกรรมกลุ่มที่เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ จัดงานเลี้ยงรับรองในรูปแบบ theme party ที่บ้านพระยารามในเขตพระราชวังเวนิสนิมฤศทายวัน การจัดเลี้ยงรับรองบนรถไฟขบวนทักษิณ จากเส้นทางหัวหิน-กรุงเทพฯ ปิดท้ายด้วยงานเลี้ยงอำลา และสรุปโครงการ ณ ศูนย์นิทรรศรัตนโกสินทร์ กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญในบริเวณกรุงเทพมหานครชั้นใน และนำเสนอประเทศไทยในเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อันจะจุดประกายแนวคิดในการจัดงานและแสดงศักยภาพของประเทศไทย

“หลังจากการจัดกิจกรรมครั้งนี้ เราหวังว่าจะมีจำนวนผู้เข้ามาประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นจำนวน 15,000 คน ภายใน 2 ปีข้างหน้า สร้างรายได้ประมาณ 900 ล้านบาท ในขณะที่ส่วนของงานแสดงสินค้านั้นตั้งเป้าจำนวนผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจากประเทศที่เชิญมาร่วมงาน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนคาดว่าจะเพิ่มจากเดิมประมาณร้อยละ 15-20 และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องถึงร้อยละ 30 ในปี 2015 ซึ่งเป็นปีที่มีการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งนี้ สสป. คาดว่า กลยุทธ์การขาย LUXURY MICE จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ร้อยละ 15-20 สร้างรายได้ประมาณ 4 พันล้านบาท” นายอรรถพล กล่าวสรุป

TCEB ORGANISES ‘CONNECTIONS PLUS 2011’ BRINGING INTERNATIONAL BUYERS AND MEDIA TO EXPERIENCE LUXURY MICE

TCEB organized “Connections Plus 2011”, an annual mega familiarization trip, inviting 120 corporate buyers, exhibition organizers and MICE media representatives from 17 countries worldwide to experience the exceptional MICE organization in Thailand under its ‘Believe in Thailand’ campaign. Bangkok and Hua Hin were selected and presented as favourite high-end MICE destinations. The program is expected to boost the luxury MICE market during the third and fourth quarters of this year.

Speaking at Connections Plus 2011, which took place between 19 - 23 July 2011, the President of TCEB, Akapol Sorasuchart, revealed that the bureau had arranged Connections Plus 2011 to promote sales and to market opportunities for MICE operators. The event offered new products and services to potential buyers and focused on first-hand experience and face-to-face business negotiations between local entrepreneurs and buyers.

TCEB has organized Connections Plus for six consecutive years. This year, the bureau expanded the scope of the event from its original focus on the meetings

industry to include the exhibitions industry, as well as travel and MICE media from both short and long haul markets.

Connections Plus 2011, under the ‘Believe in Thailand’ campaign, concentrated on building awareness of Thailand as an ideal MICE destination in three major aspects:

- 1) The readiness of Thailand for MICE business with world-class professional services and world-class meeting venues
- 2) A diversity of convention venues
- and 3) The plentiful opportunities for new trade and investment as well as income distribution to various industrial sectors.

"We launched 'Luxury MICE' last May under our 'Believe in Thailand' campaign as one of our key marketing strategies, focusing on small business events with more luxurious and unique formats. We have chosen Hua Hin as a destination as it has perfect facilities and magnificent tourist attractions, thus serving the high-end MICE travelers who need an exceptional MICE venue," Akapol explained.

TCEB invited more than 120 target clients from 17 countries to join this year's program, including those from Germany, Russia, Australia, France, United Kingdom, China, South Korea, Hong Kong SAR, Taiwan, Singapore, Malaysia, Philippines, Indonesia, Vietnam, India, and Laos. The participants comprised more than 60 top executives from leading organizations with potential to host MICE events in Thailand during 2012, including ING, Lenovo and Amway. There were also 20 representatives from the international trade fair industry, as well as public and private sector officials who play an essential role in organizing overseas trade missions, including the Singapore Manufacturers' Federation, Lao PDR Department of Trade Promotion and Product Development, VIETRADE, the Association of Indonesian Tours & Travel Agencies, plus more than 40 overseas journalists. TCEB selected a range of exclusive products and services in Bangkok and Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province to offer as unique selling points.

"TCEB selected these two destinations due to the fact that both are perfectly equipped to accommodate high-end MICE travelers from around the world. Bangkok has 5 world-standard convention Centers with more than 210,000 square meters of floor-space, as well as many 5-star hotels and smaller hotels to support meetings at all levels. Bangkok is also the country's main transport hub and a spectacular leisure destination in itself. This year Travel & Leisure Magazine ranked Bangkok as the world's third best tourist destination for 2011, after Florence and Rome. The rankings were benchmarked by the aesthetic qualities of the location and scenery, arts, cultural traditions, cuisine, shopping, friendliness of the people and value for money.

Hua Hin has long enjoyed a well-deserved reputation as a high-society retreat and a favourite of the Royal Family. The city has many world-class hotels and facilities; in all,

Hua Hin has over 11,000 hotel rooms, and meeting venues that can accommodate up to 5,000 people. Hua Hin is also easily accessible by land and air."

Akapol added that Connections Plus 2011 participants had direct experience at the hotels, meeting venues and enjoyed the Team Building and Networking Activities

organized to build relationships between participants and organizations from all the sectors concerned. Participants joined in CSR activities to construct a multi-purpose building for children in the seaside town's Wat Khok Chang community. The building is designed as a clay house under the Sufficiency Economy philosophy of His Majesty the King.

In addition, the bureau also organized a Top-Table Sale in Hua Hin, opening business opportunities for local MICE operators to meet and negotiate directly with prospective buyers. Similar activities were held in Bangkok to boost market opportunities for Thailand's MICE sector.

A theme party was designed to showcase unique local cultural traditions at the potential venues for special events and receptions, such as the Ancient City in Samut Prakarn Province and at Baan Phraya Ram at Maruekhathaiyawan Palace. A reception with a difference was held on the train from Hua Hin to Bangkok.

The Familiarization trip ended with a farewell party hosted at the Rattanakosin Exhibition Hall, Bangkok, an important landmark in Bangkok's Rattanakosin area. The event featured a fascinating glimpse into Thailand's history and culture and its influence on the tourism industry. It is expected to have sparked ideas for organizing new events as well as demonstrating Thailand's potential.

"Thanks to the activity, we anticipate that more 15,000 meetings and incentive visitors will travel to Thailand within the next couple of years, generating about Bt900 million in revenue. We also expect an increase in the number of exhibitions visitors and exhibitors from the countries who participated in this trip. ASEAN countries particularly are expected to increase by 15-20% and by up to 30% by 2015, the year that the AEC comes into effect. TCEB estimates that the Luxury MICE campaign will help boost the number of MICE travelers by 15-20% and generate revenues of up to about Bt4 billion this year," Akapol said.





สสพ.เปิดตัวโครงการ Intelligence Center วางยุทธศาสตร์พัฒนาศูนย์บริการข้อมูลไม่ซ้ำวงจร

สสพ. เผยแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์ข้อมูลไม่ซ้ำ เปิดตัวโครงการ 'Intelligence Center เพิ่มศักยภาพไม่ซ้ำ กล้าไกลสู่ออนาคต' ตั้งเป้าเปิดบริการศูนย์ข้อมูลเต็มรูปแบบครั้งแรกของไทยภายในปี พ.ศ. 2557 โดยมีภาคอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ทั้งผู้ประกอบการ องค์กรเอกชน สมาคม และหน่วยงานภาครัฐจาก 31 หน่วยงานทั่วประเทศ ร่วมสนับสนุนให้ข้อมูล

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า แผนการปรับปรุงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและเอกชน ริเริ่มมาจากการหารือกรอบแนวทางฟื้นฟูอุตสาหกรรมไม่ซ้ำของประเทศไทย กระทั่งได้ข้อสรุปร่วมกันกับภาคเอกชนในการจัดทำ "โรดแมปอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ" และมีการหารือล่าสุดร่วมกับภาคเอกชนอีกครั้งในการวางแผนงานตามกรอบงบประมาณ ปี พ.ศ. 2555 ของ สสพ. ซึ่งหนึ่งในแผนงานหลักด้านการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมไม่ซ้ำไทย ที่ได้รับการขานรับสูงสุดจากภาคเอกชน คือ โครงการ 'Intelligence Center เพิ่มศักยภาพไม่ซ้ำ กล้าไกลสู่ออนาคต'

สสพ. ได้ดำเนินแผนพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลด้านไม่ซ้ำตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูลธุรกิจไม่ซ้ำออนไลน์ที่ให้บริการแก่ผู้ประกอบการไม่ซ้ำ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน รวมถึงหน่วยงานด้านการศึกษาและประชาชนที่ต้องการข้อมูลและคำปรึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ซ้ำทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นฐานข้อมูลประกอบการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมไม่ซ้ำและคู่แข่ง รวมถึงเป็นแหล่งค้นคว้าศึกษาข้อมูลด้านไม่ซ้ำของนิสิตนักศึกษา และประชาชนทั่วไป

วิธีการดำเนินงานโครงการประกอบด้วย การศึกษาทำความเข้าใจอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่เป็นองค์กรและหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศกว่า 74 องค์กร โดยแบ่งเป็นแหล่งข้อมูลในประเทศ 48 องค์กร และแหล่งข้อมูลในต่างประเทศ 26 องค์กร ซึ่งมีทั้งสิ้น 7 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ หน่วยงานไม่ซ้ำและสื่อระดับนานาชาติ หน่วยงานภาครัฐและศูนย์วิจัย ผู้ประกอบการไม่ซ้ำองค์กรหน่วยงานเศรษฐกิจระดับโลก องค์กรหน่วยงานเศรษฐกิจในประเทศ องค์กรหน่วยงานด้านระบบขนส่งและตารางการเดินทาง และองค์กรหน่วยงานบริษัทชั้นนำ

นอกจากนี้ ได้มีการสัมภาษณ์ข้อมูลเพิ่มเติมกับ 38 ผู้นำของภาคอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ

จาก 31 หน่วยงาน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มองค์กรและสมาคม และกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้ ความต้องการข้อมูลหลักในการดำเนินโครงการจากภาคอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ คือ ข้อมูลแนวโน้มการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลวิจัยและวิเคราะห์ด้านตลาดไม่ซ้ำ ข้อมูลสถิติของอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ซ้ำ รายชื่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ รวมถึงกฎระเบียบไม่ซ้ำ ตลอดจนข้อมูลเศรษฐกิจมหภาคทั้งในและต่างประเทศ และข้อมูลการเติบโตของอุตสาหกรรมต่าง ๆ

ผลจากการศึกษาและแหล่งข้อมูลและการสัมภาษณ์ภาคอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ จึงนำไปสู่การสร้างฐานข้อมูลที่แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ฐานข้อมูลแนวโน้มการตลาดของอุตสาหกรรม ฐานข้อมูลด้านการตลาด ฐานข้อมูลคู่แข่ง ฐานข้อมูลการให้บริการของ สสพ. และฐานข้อมูลพฤติกรรมและรายได้นักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ซ้ำ

นายอรรถพล กล่าวทิ้งท้ายว่า แนวคิดของระบบการพัฒนาฐานข้อมูลนั้น ไม่เพียงแต่จะให้บริการข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในแหล่งต่าง ๆ เท่านั้น แต่จะเชื่อมโยงข้อมูลกับฐานข้อมูลของภาคอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ด้วยการบริหารจัดการข้อมูลที่มีการตรวจสอบจัดรูปแบบ และทำให้เป็นข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้รับบริการ โดยโครงสร้างการทำงานจะเป็นฐานข้อมูลหลักเดียวกันที่เชื่อมต่อกับช่องทางสื่อสารอื่น ๆ ครอบคลุม ได้แก่ เว็บไซต์ คอล เซ็นเตอร์ (Call Center) และระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ของ สสพ.

ขั้นตอนการดำเนินการในปีนี้ สสพ. จะจัดทำแผนพัฒนาด้านฐานข้อมูลและข้อมูลเว็บไซต์ และในปีพ.ศ. 2555 จะขยายด้านการลงทุนระบบและเชื่อมต่อข้อมูล โดยในปีพ.ศ. 2556 จะเริ่มเข้าใช้งานในระบบได้บางส่วนจากการบริหารจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสุดท้าย และเริ่มเปิดให้บริการเต็มรูปแบบของศูนย์บริการ Intelligence Center ครั้งแรกของอุตสาหกรรมไม่ซ้ำไทยได้ในปีพ.ศ. 2557 โดยเป้าหมายหลัก คือ เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางข้อมูลไม่ซ้ำของภูมิภาคเอเชียต่อไป

TCEB LAUNCHES 'INTELLIGENCE CENTER' A STRATEGY TO DEVELOP THE INTEGRATED MICE DATABASE SERVICE

TCEB has revealed its plan to develop a comprehensive MICE database through an Intelligence Center project. This will enhance the long-term potential of the MICE industry. The bureau aims to have the data Center fully operational by 2014, with 31 partners from the private sector, associations and government agencies nationwide providing up-to-date information.

TCEB's President Akapol Sorasuchart says the idea to develop the MICE database, which will benefit both the public and private sectors, came about during discussions last year between TCEB and the private sector on how to drive the recovery of Thailand's MICE industry. After several meetings, the two sides drew up the MICE Industry Development Roadmap or the "White Paper".

Later, TCEB again met with the private sector to develop a plan of operations under TCEB's 2012 budget. The establishment of the Intelligence Center was considered by the private sector as being of primary importance in increasing long-term MICE competitiveness and thus became one of the TCEB's priority tasks.

TCEB started work on the MICE Intelligence Center plan in 2010 with the aim of establishing an online MICE information Center for Thailand's MICE industry for use by the public and private sectors, as well as by educational organizations and the general public. The Center will provide essential information about the local and overseas MICE industry and be constantly updated so as to help guide marketing activities for both public and private sectors. The analysis database will also offer industry and competitor and research, which will be available as a resource for students and the general public.

The project implementation started with a study to enhance understanding of the MICE industry covering 74 information sources, 48 in Thailand and 26 overseas. The study identified seven target categories: MICE organizations and international media; government agencies and research Centers; MICE operators; global economic organizations; domestic economic agencies; travel and transportation organizations; and leading companies.

Interviews were conducted with 38 MICE industry leaders from 31 agencies, divided into three groups: companies, associations and government agencies. Respondents indicated that their primary need was for updated MICE market information and trends, both at home and abroad, followed by research and analysis of the MICE market, industry statistics, and profiles of MICE travelers. Respondents also requested access to MICE rules and regulations, and macroeconomic data, both domestic and international, including growth trends in key industry sectors.

The outcome of these interviews and surveys provided the basis for creating the database, which will be divided into five sections: industry growth trends; marketing; competition; TCEB services; and MICE traveler profiles and income data.

Akapol says that, in line with the concept, the Center will not only provide information compiled from various sources, but it will link with the databases of MICE partners. Incoming data will be verified, updated and incorporated into the format of the TCEB database in order to meet user needs.

After the development work is completed, the database structure will have a common platform, and will be integrated with other media channels including TCEB's website, Call Center and customer relationship management (CRM) system.

This year, TCEB will create the prototype database. In 2012, the bureau will invest in systems and data connections and, in 2013, some parts of the system will be more widely used in management and final analysis. Thailand's first MICE Intelligence Center is expected to be fully operational and ready to serve the industry in 2014 with the primary goal of confirming Thailand as a MICE hub in Asia.





EXPO 2020
AYUTTHAYA THAILAND



สสพ. เปิดตัว “โลโก้” และ “มาสคอต” เพื่อการเสนอตัวเป็น เจ้าภาพการจัดงาน เวิลด์ เอ็กซ์โป 2020

สสพ. ประกาศพล “โครงการประกวด
ตราสัญลักษณ์ และมาสคอต เพื่อรณรงค์
การเสนอตัวประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการ
จัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020”
เผย ประสพผลสำเร็จอย่างมากในการสร้าง
การมีส่วนร่วมของประชาชน โดยมีผู้สนใจ
จากทั่วประเทศส่งผลงานเข้าประกวดกว่า
1,097 ผลงาน

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า การจัดโครงการประกวดตราสัญลักษณ์ และมาสคอต เป็นโครงการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมโลก เวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ซึ่งผลจากการตอบรับดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงการรับรู้และความร่วมมือของประชาชนในการสนับสนุนการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 โดยมีหลากหลายผลงานที่น่าสนใจและเต็มไปด้วยความคิด

สร้างสรรค์ สามารถสื่อถึงความเป็นไทยและความเป็นสากลพร้อมสะท้อนแนวคิดหลักของงาน นั่นก็คือ “นิยามใหม่ของโลกาภิวัตน์ - วิถีที่ยั่งยืน เพื่อโลกที่สมดุล” (“Redefine Globalisation - Balanced Life, Sustainable Living”)

สำหรับมาสคอตที่ชนะเลิศได้แก่ผลงานของนายปริชญ์ สุริยาวัชร ซึ่งนำเสนอ “กินรี” มาเป็นสัญลักษณ์ในการถ่ายทอด และเล่าเรื่องราวความเป็นไทยสู่ระดับสากล โดยปกติ “กินรี” มักจะปรากฏและพบเห็นได้ทั่วไปในงานวรรณกรรม ศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมต่างๆ ของประเทศไทย ทั้งยังเป็นสื่อสะท้อนถึงความเป็น “เทพนคร” เชื่อมโยงกับการจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มักถูกกล่าวขานว่าเป็น “กรุงอโยธยา ศรีรวมเทพนคร” ได้อย่างสมบูรณ์

และผู้ชนะการประกวดตราสัญลักษณ์ได้แก่นางสาวภาวิตา ศรีสุวรรณ ซึ่งออกแบบด้วยการนำเสนอ “ปลาตะเพียน” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผสมผสานเข้ากับการใช้ลายประจำยามที่แสดงถึงความเป็นไทย และการนำโครงสร้างของโลกที่แสดงถึงความเป็นสากลและความยิ่งใหญ่ของการจัดงานมหกรรมโลก มาพัฒนางานต่อจนได้ตราสัญลักษณ์ซึ่ง “ปลาตะเพียน” บนตราสัญลักษณ์นี้กำลังว่ายอยู่บนทรงโค้งของลูกโลกและมุ่งหน้าทางทิศตะวันออก สื่อให้เห็นถึงการเปิดบ้านต้อนรับของประเทศไทยในนามทวีปเอเชียและโลกตะวันออก ที่พร้อมจะนำเสนอ

ศักยภาพและความพร้อมในด้านต่างๆ ผ่านการจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020

ผู้ชนะเลิศในแต่ละประเภทได้รับเงินรางวัล 100,000 บาท พร้อมถ้วยเกียรติยศและประกาศนียบัตร โดยตราสัญลักษณ์และมาสคอตที่ชนะเลิศนี้จะถูกนำไปใช้ในช่วงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เพื่อการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานมหกรรมโลกเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 (Bidding Logo & Mascot) ต่อไป ทั้งนี้ ผลงานที่ผ่านเข้ารอบ 5 คนสุดท้ายในแต่ละประเภทจะได้รับเงินรางวัลและประกาศนียบัตรในการเข้าร่วมโครงการคณะกรรมการตัดสินโครงการทั้งหมด 6 ท่าน ได้แก่ คุณอรรถพล สรสุชาติ

ผู้อำนวยการ สสพ. คุณปานิดล ชัยปานี อุปนายกสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย, คุณเกรียงไกร กาญจนะโกดิน นายกสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงานแห่งประเทศไทย, คุณโสภาส ลิ้มปึงคนันต์ นายกสมาคมนักออกแบบเรขศิลป์ไทย, คุณวรวิวัฒน์ จินตทานนท์ อาจารย์จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคุณเอียวรจนา รุกขวิบูลย์ ผู้อำนวยการด้านกราฟฟิก บริษัทรีเอทีฟ จูซ แบนค็อก จำกัด

“จากจำนวนผลงานที่ส่งเข้าประกวดถึงกว่า 1,000 ชิ้น นับเป็นนิมิตหมายที่ดีถึงความร่วมมือร่วมใจของคนไทยในการมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมเพื่อการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันที่ดี และเป็นคะแนนสำคัญให้ประเทศไทยชิงการเป็นเจ้าภาพจัดงานเวิลด์ เอ็กซ์โป 2020 ต่อไปได้” นายอรรถพล กล่าว



TCEB's President, Akapol Sorasuchart, explained that the competition was one of the activities launched to enhance public participation in Thailand's bid to host the World Expo 2020 and the good response was an encouraging indication of the awareness and cooperation of Thais to support the bidding. Many entries were interesting and very creative, successfully showcasing the Thai identity while expressing the sense of global harmony. Also, the entries are reflecting the theme and key message of the bid -

TCEB REVEALS LOGO AND MASCOT FOR THAILAND'S BID TO HOST THE WORLD EXPO 2020

TCEB has announced the winners of the "World Expo 2020: Logo and Mascot Competition" in support of Thailand's bid to host the World Expo 2020. The bureau enjoyed great success in attracting public participation, with 1,097 entries submitted by Thai people from all over the country.



"Redefine Globalisation: Balanced Life, Sustainable Living".

In terms of the competition results, the winning Mascot is 'Kinnaree' created by Prin Suriyavuth. Kinnaree is presented as unique symbol of Thai national identity. Kinnaree appears in various Thai literatures, artistic works and architectural designs. In association with Thailand's bid, it perfectly reflects Thailand's rich cultural heritage, and particularly that of the 'City of Angels' and the ancient city of Ayutthaya, the proposed location for World Expo 2020.

The Logo winner is Miss Pavita Srisuwan, who was inspired by the 'Thai Silver Barb Fish (Pla Tapien)', a famous symbol of Ayutthaya Province. The Pla Tapien is melded with a classical Thai motif. The globe design symbolizes global unity and also hints at the grand scale of the World Expo event. These four themes are elegantly blended in this simple but powerful logo, which abounds in symbolism - its eastward-looking orientation, and Thailand's embrace for all nations.

Each received Bt100,000 in cash, together with a winning plaque and a certificate. The winning logo and mascot will be used to help promote Thailand's bid to host the World Expo 2020. The other four finalists in each category also receive prizes and certificates.

The judging panel was composed of Akapol Sorasuchart, TCEB's President, Panidol Chaipani, Vice President of the Advertising Association of Thailand, Kriengkrai Kanchanapokin, President of Thailand Creative Event Awards (TCEA), Opas Limpi-angkanan, President of the Thai Graphic Designers Association, Worawat Chintakanond, a lecturer from the Faculty of Communications Arts, Chulalongkorn University, and Tienchuta Rookkawibul, Graphic Director of Creative Juice Bangkok Co. Ltd.

"The over 1,000 entries submitted is a very good sign. It shows the unity of Thai people and the desire to be a part of the activities. This unity and this drive will help our bid to host the World Expo 2020," said Akapol.



ไทยเล็งขยายความร่วมมืออินโดนีเซียผ่าน อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติ

สสพ.เปิดเวทีสัมมนาธุรกิจในหัวข้อ “ขยายโอกาสทางธุรกิจในอาเซียนผ่านการจัดงานแสดงสินค้าระดับแอมเบียน” (Maximize Your Business Opportunities in ASEAN through Thailand’s Champion Trade Shows) ตั้งเป้าดึงดูดนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากอินโดนีเซียเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับแอมเบียนของไทยที่ได้รับการสนับสนุนจากสสพ. เพื่อสร้างการรับรู้ถึงโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทย และเปิดประตูสู่ตลาดอาเซียนผ่านเวทีการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ



นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า การจัดประชุมครั้งนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของ สสพ. ภายใต้แคมเปญ “Better the Best” ซึ่งได้ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นปีที่สองแล้ว โดยมุ่งเน้นถึงความพร้อมของประเทศไทยในการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี 2558 รวมถึงแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพ และศักยภาพของประเทศผ่านการจัดงานแสดงสินค้าระดับแอมเบียน

ในปีที่ผ่านมา แคมเปญ “Better the Best” ประสบความสำเร็จโดยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศถึง 2,281 ล้านบาทหรือ 1,468 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ผ่านข้อตกลงจากการเจรจาธุรกิจของผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า โดยปีนี้ สสพ. ได้สานต่อโครงการ

ดังกล่าวและเดินทางผลักดันภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในแต่ละงานแสดงสินค้าที่ สสพ. ได้ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ทั้งนี้ โดยไฮไลท์อุตสาหกรรมหลักที่ได้รับการบรรจุเป็นวาระแห่งชาติทั้ง 5 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมปศุสัตว์และการเกษตร อุตสาหกรรมของชีวภัณฑ์ฝีมือและของแต่งบ้าน อุตสาหกรรมพลังงานทดแทน อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและเทคโนโลยีโลหะการ และอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเพื่อการบรรจุกักตุนซึ่งอุตสาหกรรมทั้ง 5 ภาคนี้มีมูลค่าการรวมกันสูงถึง 146.8 ล้านเหรียญสหรัฐ และงานแสดงสินค้าภายใต้แคมเปญ “Better the Best” ได้รับการคัดเลือกว่าเป็นสุดยอดในแต่ละอุตสาหกรรม และมีการขยายตัวเติบโตอย่างต่อเนื่องที่จะก้าวไปสู่การเป็นผู้นำในภูมิภาค เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้เข้าร่วมงานขนาดเฉลี่ยของงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปี

นอกจากนั้น สสพ. ยังได้ประสานความร่วมมือกับ สมาคมการแสดง

สินค้า (ไทย) กับ สมาคมบริษัทจัดงานแสดงสินค้าอินโดนีเซีย (The Indonesia Exhibition Companies Association: ASPERAPI) เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสมาคม ASPERAPI กับคู่ค้าทางธุรกิจของไทย ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยและในภูมิภาค

อินโดนีเซียถือเป็นประเทศคู่ค้ารายใหญ่อันดับ 3 ของไทยในตลาดอาเซียน และอยู่ในอันดับ 8 ในตลาดโลก โดยการนำเข้าของไทยกับอินโดนีเซียมีมูลค่า 13.02 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2553 เพิ่มขึ้นร้อยละ 54 จากปี 2552 อินโดนีเซียเป็นหนึ่งใน 5 ประเทศแรกที่มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในไทยมากที่สุดในปีที่ผ่านมา

“จากการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ และข้อตกลงว่าด้วยการเปิดการค้าเสรีในปี 2558 ตามกรอบข้อตกลงของการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาตลาด และการขยายตัวทางเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ โดยปีนี้ สสปน.ดำเนินแคมเปญ “Better the Best” โดยตรงผ่านการริเริ่มการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ซื้อจากต่างประเทศกับผู้จัดงานแสดงสินค้าไทย ซึ่งมีเป้าหมายเริ่มจากกลุ่มประเทศอาเซียน พลัส 6 ดังนั้น การจัดงานครั้งนี้ จะช่วยส่งเสริมและเพิ่มโอกาสทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและอินโดนีเซียผ่านการจัดงานแสดงสินค้าได้อย่างแน่นอน ซึ่งในที่สุดจะสร้างการเติบโตสำหรับอุตสาหกรรม” นายอรรถพล กล่าวเสริม

ในฐานะที่ สสปน. เป็นหน่วยงานที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประเทศไทยและอินโดนีเซียได้เล็งเห็นถึงความร่วมมือในอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติโดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างสองประเทศในระยะยาว ทั้งนี้ สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจกับสมาคมบริษัทจัดงานแสดงสินค้าอินโดนีเซีย เพื่อสร้างความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างอุตสาหกรรมไมซ์ของสองประเทศ

เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทยได้รับประสบการณ์อย่างคุ้มค่า สสปน. ได้เสนอโปรโมชั่นแก่ผู้เข้าร่วมงานภายใต้แคมเปญ “Extra Night, Extra Smile” ซึ่งผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจากอินโดนีเซียจะได้รับสิทธิพักรับ 1 คืน สำหรับโรงแรมที่เป็นพันธมิตรกับผู้จัดงานแสดงสินค้า เมื่อเข้าพักตั้งแต่ 2 คืนขึ้นไป ยิ่งกว่านั้น การบินไทยซึ่งเป็นพันธมิตรของ สสปน. ได้เสนอแพ็คเกจสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากอินโดนีเซียที่มาร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีสิทธิประโยชน์อื่นๆ เช่น การเดินทาง ช้อปปิ้ง และความบันเทิง ที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับประสบการณ์อย่างเต็มเปี่ยม

ในขณะเดียวกัน สสปน. ได้นำเสนอแพ็คเกจการตลาด “100 A-HEAD” สำหรับบริษัทนำเที่ยว สมาคมการค้าและหอการค้า โดย สสปน. จะให้การสนับสนุนจำนวน 100 เหรียญสหรัฐ ต่อผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า 1 คน สำหรับกลุ่มนักเดินทางไมซ์ที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทยตั้งแต่ 15 คนขึ้นไป สำหรับผู้ที่ต้องการรับสิทธิพิเศษทั้งสองแคมเปญนี้สามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.tceb.or.th/exhibitions

ปัจจุบันอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติของไทยยังคงรักษาความเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างต่อเนื่องในด้านต่างๆ อาทิ ด้านของจำนวนงานที่จัดในประเทศ ซึ่งมีถึงจำนวน 80 งาน ด้านขนาดของพื้นที่สำหรับจัดงานในแต่ละปี (Annual Size) ซึ่งมีขนาดถึง 466,500 ตารางเมตร ด้านขนาดโดยเฉลี่ยของงานแสดงสินค้า (Average Size per Fair) ซึ่งโดยเฉลี่ยจะมีพื้นที่ในการจัดงานถึง 6,220 ตารางเมตรต่อการจัดงานแสดงสินค้าหนึ่งงาน และด้านรายได้จากการจัดงาน เป็นต้น

THAILAND EYES GREATER COOPERATION WITH INDONESIA THROUGH EXHIBITIONS INDUSTRY

TCEB has pioneered regional cooperation through the exhibition platform: “Maximize Your Business Opportunities in ASEAN through Thailand’s Champion Trade Shows”. This is aimed at Indonesian MICE travelers visiting the five ‘champion’ trade shows supported by the bureau. The business forum, which took place in July, was expected to enhance awareness of business opportunities in Thailand and open the door to the ASEAN market through the country’s exhibition platform.

A kapol Sorasuchart, TCEB’s President, said, “This symposium was part of our support for Thailand’s exhibitions industry under the ‘Better the Best’ campaign, which is being implemented for the second consecutive year. The event aimed to emphasize Thailand’s readiness for the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015 and also demonstrate the nation’s efficiency and capacity through its ‘Champion Shows’.”

Last year, the Better the Best campaign generated more than US\$2,281 million in economic value through business negotiations concluded by participants at the events. This year, TCEB is continuing with the campaign and is providing maximum support to five trade shows: Bangkok International Gift Fair & Bangkok International Houseware (BIG + BIH), METALEX, Propak Asia, Renewable Energy Asia and VIV Asia – whose total trade value is as high as US\$146.8 million.



Each show under Better the Best campaign is considered the crème-de-la-crème in its own industry and has already grown to become the regional leader in its category in terms of number of visitors, average fair size and average annual revenue generated.

TCEB also aggregated the Thai Exhibition Association (TEA) with The Indonesia Exhibition Companies Association (ASPERAPI) at the Forum with the aim of bridging and cultivating relationships with Indonesian

associations and business partners as well as sharing knowledge and experience of the development of the exhibitions industry in Thailand and the region.

Indonesia ranks as Thailand’s third largest trade partner in ASEAN and eighth largest trade partner in the world. Thailand’s total trade with Indonesia in 2010 was valued at US\$13.02 billion, a 54 per cent increase from 2009. Indonesia was amongst the top five countries to send the highest number of visitors to attend trade shows in Thailand in 2010.



“With economic integration and the free-trade agreement expected to be completed in 2015 following the AEC blueprint, Thailand will be in a unique position to see the development of markets and expansion of the economy through exhibitions. This year, TCEB will direct the implementation of its Better the Best campaign towards the initiation of deals between foreign buyers and exhibitors. To begin with, the ASEAN+6 countries will be targeted. The holding of events will promote and increase trading potential and investment between Thailand and Indonesia through exhibitions that will eventually generate mutual growth for our industry,” Akapol said.

With TCEB as a facilitator, Thailand and Indonesia are eyeing collaboration in the exhibitions industry as a way of enhancing the long-term economic relationship between the two countries. A Memorandum of Understanding was signed between the Indonesia Exhibition Companies Association (ASPERAPI) and the Thailand Exhibition Association (TEA) to establish business collaboration between Thailand and Indonesia’s exhibitions industries.

Furthermore, in order to provide a valuable experience while attending Thailand’s trade shows, TCEB is offering visitors a promotion under the ‘Extra Night, Extra Smile’ campaign. Visitors from Indonesia can enjoy one night’s complimentary stay at the trade show organizer’s appointed hotels when staying a minimum of 2 nights to visit the show. Additionally, Thai Airways International, TCEB’s strategic partner, is also offering a MICE promotion for Indonesian business travelers visiting the shows in Thailand. Other privileges for transportation, shopping and a line-up of entertainment throughout Bangkok are also in place to maximize exhibition visitors’ experiences in Thailand.

TCEB has also introduced another marketing campaign called “100 A-HEAD” for travel agents, trade associations and Chambers of Commerce under which the bureau will provide US\$100 support for bringing groups of at least 15 visitors to attend trade exhibitions in Thailand.

Thailand’s exhibitions industry continues to lead rivals in ASEAN with 80 events each year, ranking Thailand above competitors in the region. Thailand’s leadership of the ASEAN exhibitions industry also extends to other aspects, such as exhibition space, which, when combined, covers 466,500 square meters each year, average size per fair of approximately 6,220 square meters per exhibition, and exhibition revenue.



ไทยจับมือเกาหลีใต้พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เอเชียสู่ผู้นำระดับโลก

สสพ. ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งกรุงโซล” (Seoul Tourism Organization) เพื่อยุติการเติบโตตลาดไมซ์ร่วมกัน และเป็นอีกกลยุทธ์ในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาคเอเชียไปสู่การเป็นผู้นำระดับโลก

นายอรรถพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสพ. กล่าวว่า ประเทศเกาหลีใต้ถือเป็นตลาดไมซ์ที่มีศักยภาพสูงมากสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวเกาหลีใต้มีจำนวนสูงถึงร้อยละ 6.1 ของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวเอเชียทั้งหมด ซึ่งในปี 2553 ที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 21 โดยมีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวเกาหลีใต้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งสิ้น 25,429 คน คิดเป็นมูลค่ากว่า 52 ล้านบาทสหรัฐฯ

“การตกลงความร่วมมือแบบทวิภาคีในครั้งนี้ เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของ สสพ. ในการสร้างเครือข่ายพันธมิตร และผลักดันความร่วมมือระดับรัฐบาลต่อรัฐบาล (Government-to-Government) เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างสองประเทศ”

ทางด้าน มร. ฮง ฮีจอน ผู้อำนวยการ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งกรุงโซล กล่าวว่า ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่นักเดินทางชาวเกาหลีใต้นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 3 รองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศญี่ปุ่น โดยมีอัตราเฉลี่ยสูงถึงปีละ 1 ล้านคน ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์ของเกาหลีใต้ก็มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน โดยที่ผ่านมา ทั้งสองประเทศได้ร่วมดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกันในระดับภูมิภาคมาโดยตลอด และการลงนามร่วมกันในครั้งนี้ ก็จะเป็นแนวทางที่สำคัญที่จะต่อยอดภาพความร่วมมือระหว่างเกาหลีใต้และไทยในการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างประเทศให้ชัดเจนขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยและเกาหลีใต้นั้นแน่นแฟ้นและเกื้อหนุนกันและกันมากยิ่งขึ้น

จากรายงาน Country and City Ranking Report 2010 ที่จัดทำขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (International Congress and Convention Association) หรือ ICCA รายงานว่า ประเทศไทยและประเทศเกาหลีใต้ยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับเอเชียทั้งสองประเทศ ติดอันดับหนึ่งใน 10 ของประเทศที่มีการจัดประชุมมากที่สุดในภูมิภาคเอเชีย โดยเกาหลีใต้อันดับที่ 4 และไทยได้อันดับที่ 9 ตามลำดับ

“การลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในครั้งนี้ จะมุ่งเน้นการส่งเสริมด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ด้านวัฒนธรรม รวมทั้งด้านเศรษฐกิจ ผ่านการท่องเที่ยวและการจัดประชุม ซึ่งจะนำผลดีสู่การขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างกัน นอกจากนี้ สสพ. ยังได้นำเสนอแคมเปญใหม่ของประเทศไทย “Believe in Thailand” หรือ “มั่นใจเมืองไทยพร้อม” โดยเสนอความพร้อมของประเทศไทยใน 4 มิติหลัก คือ ความพร้อมในมาตรฐานการให้บริการ ความพร้อมในระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ความหลากหลายในสถานที่จัดประชุม รวมทั้งการเปิดกว้างสำหรับโอกาสทางธุรกิจ ทำให้ประเทศไทยสามารถต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่ตลาดไมซ์เกาหลีได้อย่างเต็มกำลัง โดยเราคาดหวังว่าการดำเนินงานดังกล่าวร่วมกันจะช่วยให้สัดส่วนของตลาดเกาหลีใต้ในประเทศไทย

เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 คิดเป็นมูลค่าสูงถึง 58.3 ล้านบาท” นายอรรถพล กล่าวเสริม

นอกจากนี้ ไทยและเกาหลีใต้ได้ตกลงร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับภูมิภาคเอเชีย ผ่านสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติเอเชีย (The Asian Association of Conventions and Visitors Bureau) หรือ AACVB ซึ่งก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือในระดับภูมิภาคในการพัฒนาศักยภาพในอุตสาหกรรมการประชุมของเอเชีย อีกทั้งเพื่อส่งเสริมให้ภูมิภาคนี้เป็นจุดหมายที่เป็นเลิศของการประชุม โดยมีประเทศสมาชิกผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมประกอบด้วย ฮังกง มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และประเทศไทย โดยมีประเทศจีน และมาเก๊า เข้าร่วมเป็นสมาชิก ซึ่งปัจจุบัน ประเทศไทยดำรงตำแหน่งเป็นประธานสมาคม และเกาหลีใต้อำนาจตำแหน่งกรรมการสมาคม ทั้งนี้ ในปีพ.ศ. 2555 ประเทศเกาหลีใต้จะเป็นประเทศเจ้าภาพจัดกิจกรรมสัมมนา Asia for Asia ซึ่งเป็นสัมมนาเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาคเอเชีย ต่อจากประเทศสิงคโปร์

ความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับเกาหลีใต้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำความตกลงด้านเศรษฐกิจด้วยกันหลายฉบับ ได้แก่ 1) ความตกลงทางการค้าซึ่งลงนามเมื่อปี 2504 2) ความตกลงว่าด้วยการยกเว้นการเก็บภาษีซ้อนลงนามเมื่อปี 2532 เป็นต้น นอกจากนี้ ไทยและเกาหลีใต้ได้จัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือทางการค้า (Joint Trade Commission หรือ JTC) เพื่อเป็นกลไกทางการค้าที่เปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันในการแสวงหาช่องทางขยายการค้า รวมทั้งแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้าที่มีอยู่ระหว่างกัน และในส่วนของภาคเอกชน ทั้งสองประเทศได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมมือทางเศรษฐกิจไทย-เกาหลี (Korea-Thai Economic Cooperation Committee) ระหว่างสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยกับสภาหอการค้าและอุตสาหกรรมเกาหลีใต้



Memorandum of Understanding Signing Ceremony

Thailand Convention & Exhibition Bureau - Seoul Tourism Organization

June 28, 2011 COEX, Seoul





THAILAND COLLABORATES WITH SOUTH KOREA TO MAKE ASIAN MICE A GLOBAL LEADER

TCEB has signed a Memorandum of Understanding (MoU) with the Seoul Tourism Organization to jointly promote the MICE markets of both countries and enhance the growth of the Asian MICE industry to ensure it becomes a world leader.

Akapol Sorasuchart, TCEB's President said that South Korea is considered a MICE market with high potential for the Thai MICE industry. South Korean MICE visitors account for 6.1 per cent of total Asian MICE travelers to Thailand. In 2010, South Korean MICE visitors grew by 21 per cent to 25,429, generating more than US\$52 million in revenues.

"This bilateral agreement is one of TCEB's key policies in creating partnership networks and in promoting Government-to-Government collaboration, which will strengthen the MICE industries of both countries," Akapol said.

Hong Heegon, President and CEO of the Seoul Tourism Organization, noted that Thailand is the third favourite tourist destination of South Koreans after China and Japan. An average of one million South Korean tourists visit Thailand every year. South Korea's MICE industry was also growing. Previously, both countries have promoted the MICE industry on a regional level. This MoU signing will be a key progress to underline the collaboration between Seoul and Thailand, and will support and strengthen economic relations between both countries.

According to the International Congress and Convention Association (ICCA)'s Country and City Rankings Report 2010, Thailand and South Korea are good potential markets for the MICE industry in Asia. Both are in the top ten for hosting the highest number of international conferences in Asia, with Korea ranking fourth and Thailand in ninth place.

"This MoU signing will be focused on promoting human resource development, culture and economy via tourism and conferences, leading to the expansion of both the Thai and South Korean MICE industries. In addition, TCEB has also developed

a new campaign for Thailand entitled 'Believe in Thailand', presenting the country's readiness in four aspects: service standard, infrastructure and facilities, diversity of venues and great business opportunities. This helps Thailand welcome and fully facilitate the Korean MICE market. We expect that this collaboration will increase the ratio of the South Korean market in Thailand by 12 per cent or to a value of Bt58.3 million," added Akapol.

Moreover, Thailand and South Korea have agreed to jointly develop and promote the MICE industry at the regional level through the platform of the Asian Association of Conventions and Visitors Bureau (AACVB). The association was formed with the aim of creating regional cooperation and developing the potential of Asia's conventions. The founding members include Hong Kong, Malaysia, Philippines, Singapore, South Korea and Thailand with China and Macau joining at a later date. Thailand is the current president of the AACVB and South Korea is a director. In 2012, South Korea will host the Asia Meetings Industry Leader's Summit, which is the Asian MICE industry platform.

The economic relations between Thailand and South Korea have been satisfying. Several bilateral economic agreements have been made, among them an economic agreement signed in 1961 and an agreement on exemption of duplicate taxation, signed in 1989. Furthermore, Thailand and South Korea set up a Joint Trade Commission (JTC) as a trading mechanism, which provides both countries with opportunities to expand trade and cope with existing problems and obstacles. In the public sector, the nations have established the Korea-Thai Economic Cooperation Committee, which is collaboration between the Thai Chamber of Commerce and the Korean Chamber of Commerce and Industry.