



www.tceb.or.th Issue 11 January-February, 2010





4-5 TCEB DRAWS UP THREE-YEAR PROGRESSIVE STRATEGIC PLAN INVOLVING GREATER COLLABORATION WITH PUBLIC AND PRIVATE SECTORS, PUSHING THE MICE INDUSTRY AS AN ISSUE ON THE NATIONAL AGENDA



6-9 TCEB READY TO SUPPORT THE GOVERNMENT IN PAVING THE WAY FOR HOSTING "WORLD EXPO 2020"

BUREAU CONFIDENT IN THAILAND AS A PREFERRED DESTINATION FOR GLOBAL EVENTS



10-11 TCEB JOINS WITH THAI TEAM AND MICE CITIES TO ORGANIZE A JAPANESE ROADSHOW

PRESENTING THE POTENTIAL AND READINESS OF THAILAND'S MICE INDUSTRY



12-13 UNICITY SELECTS
THAILAND TO HOST 2010
GLOBAL CONVENTION
ESTIMATED REVENUE OF MORE THAN
BT1 BILLION FOR THE COUNTRY



14-15 TCEB DEBUTS
MICE 4 YOUTH IN KHON
KAEN, ENHANCING MICE
KNOWLEDGE FOR STUDENTS
IN THE NORTHEAST



**16** TCEB TEAMS UP WITH PUBLIC AND PRIVATE SECTORS TO PREPARE FOR AEC



#### TCEB Newsletter

Public Relations Division
Marketing Communication Department
Senior Manager: Parichat Svetasreni

Manager: **Arisara Thanuplang** 

Senior Executive: **Sumet Kanchanapan** 

### Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)

Siam Tower, 26<sup>th</sup> 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

 ${\bf Photos:}~ {\bf TCEB,~Nation~photographers}$ 

Assistant Senior Vice President – Supplement: Wararak Leelertphan Tel: (02) 338 3565 E-mail: wararak@nationgroup.com

Publisher: Nation Multimedia Group Plc on behalf of Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB) 1854 Bangna-Trat Rd, Bangna, Bangkok

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



#### สารจากผู้อำนวยการ

สวัสดีปีใหม่ 2553 ครับท่านผู้อ่านวารสารข่าว สสปน. ทุกท่านคงจะกลับมาพร้อมกับการทำงานใน ปีนี้อย่างเต็มกำลังกันอีกครั้งนะครับ ในปี 2553 นี้ แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจโลกจะเริ่มมีการฟื้นตัว แต่ก็มีการ แข่งขันกันสูงขึ้นในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์ สสปน. จึงต้องเร่งดำเนินมาตรการเชิงรุก ให้เกิดประสิทธิผลโดยเร็วด้วยแผนยุทธศาสตร์พัฒนาไมซ์ไทย 3 ปี (2553-2555) เชิงกัาวหน้า ผนึกความ ร่วมมือทั้งภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมยังเตรียมเสนอรัฐบาลในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์เป็นวาระ แห่งชาติ

ในช่วงไตรมาสแรกนี้ จะมีการดำเนินการสำคัญ ๆ หลายเรื่อง ทั้งการศึกษาแนวทางความเป็นไปได้ของ การที่ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพงาน WORLD EXPO 2020 งานแสดงสินค้าระดับโลก และประเทศไทยเอง ได้เข้าร่วมงาน WORLD EXPO ครั้งแรก ตั้งแต่ปี 2405 และเป็นประเทศที่ 3 ในทวีปเอเชียที่เข้าร่วมงาน นี้ หากไทยได้เป็นเจ้าภาพการจัดงานนี้ จะยังประโยชน์ต่อการพัฒนาของเมืองและสถานที่จัดงานให้เป็น ที่รู้จักไปทั่วโลก การพัฒนาด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมขนส่ง รวมถึงแหล่งธุรกิจและ การค้า การสร้างงานและกระจายรายได้ รวมถึงการนำความเจริญมาสู่เมืองนั้น ๆ ตลอดจนประเทศไทย จะเป็นที่รู้จัก และยอมรับในฐานะเป้าทมายการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติระดับโลก ซึ่งปี 2553 นี้ The World Exposition Shanghai China 2010 จะจัดขึ้นที่ เชี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ไทยเองก็จะมี การนำเสนอประเทศไทยในไทยแลนด์ พาวิเลี่ยน และ สสปน. ก็เป็นผู้สนับสนุนทลักอย่างเป็นทางการ เพื่อ ประชาสัมพันธ์ไมช์ไทยแก่ผู้เดินทางกลุ่มไมช์ในจีนด้วย

กิจกรรมสำคัญอื่น ๆ ได้แก่ การจัดงาน TCEB Japan Road show 2010-Thailand's readiness to host MICE events ที่สสปน. ผนึกกำลังทน่วยงานไทยทีมและไมซ์ซิตี้ ผสานความร่วมมือรุกตลาดญี่ปุ่นเพื่อ ประกาศศักยภาพและความพร้อมของไทยในการเป็น MICE HUB

ยังมีเรื่องราวที่น่าสนใจให้ติดตามในเล่ม ทั้งการที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพการประชุม UNICITY 2010 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 2 หมื่นคนจากนานาประเทศ ส่วนอีกงานสำคัญคือ โครงการพัฒนาความรู้ ด้านไมซ์ หรือ MICE 4 YOUTH ที่ได้เดินสายไปให้ความรู้แก่เยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมี นักศึกษากว่า 300 คนจาก 3 มหาวิทยาลัยชั้นนำในภูมิภาคเข้าร่วมงาน นับเป็นกิจกรรมใหญ่ ๆ ในช่วงแรก ของปีที่น่าติดตามครับ

ขออวยพรให้ปีนี้เป็นปีที่ทุกคนมีความสำเร็จในการทำงาน

นายอรรคพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

#### MESSAGE FROM THE PRESIDENT

HAPPY NEW YEAR! I hope you have all returned to work full of energy. In 2010, competition in various sectors, including the MICE industry, has got tougher, despite the fact that the world's economy has begun to recover.

TCEB has therefore initiated a number of aggressive measures for quick effectiveness. The bureau has set a three-year progressive strategic development plan (2010-2012), begun to work more closely with the public and private sectors, and is ready to propose the MICE industry as an issue for the government to consider putting on the national agenda.

TCEB will complete many crucial tasks during the first quarter, such as studying the possibility of Thailand hosting the World Expo 2020. Thailand joined the World Expo body in 1862 – the third country in Asia to do so. If Thailand hosts the event, it will benefit the host city in terms of the development of the city itself, as well as that of event venues, which will be internationally recognized. In addition, it will further drive the improvement of infrastructure and the transportation system, be a source for expanded business and trade, result in job creation and income distribution, as well as increase the prosperity of the host city. Meanwhile, the country will gain by becoming truly recognized as a preferred destination for global meetings and exhibitions.

The World Exposition Shanghai China 2010 will feature a Thailand Pavilion, with TCEB as a key official sponsor promoting Thai MICE to Chinese MICE visitors.

Other major activities already held include the "TCEB Japan Road show 2010 – Thailand's readiness to host MICE events", in which TCEB joined forces with the Thai Team and MICE cities to penetrate the Japanese market. During the road show, TCEB announced the potential and readiness of Thailand to be a MICE hub in the region.

Other interesting information can be found in this publication, including information about Thailand's hosting of the Unicity Global Convention 2010 – with more than 20,000 delegates from a host of countries.

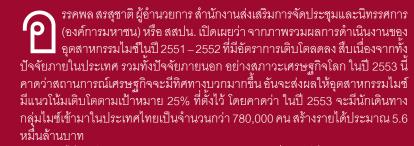
Another crucial event was the MICE education campaign – or MICE 4 Youth – that was held in Khon Kaen with the aim of enhancing MICE knowledge for young people in the Northeast. Over 300 students from the three leading universities in the region participated.

These are the major events held from early this year.

May this year bring great success to you all.

Akapol Sorasuchart President

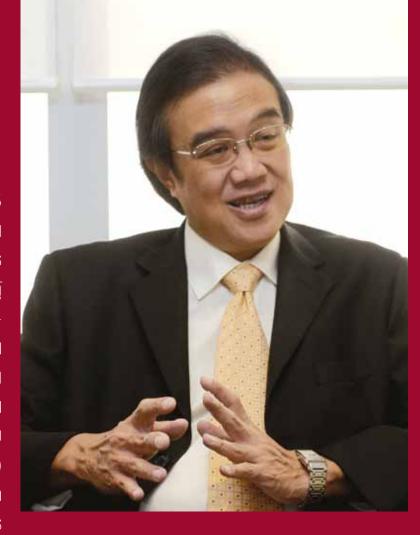
Thailand Convention and Exhibition Bureau



สสปน. ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2553-2555 (3 ปี) ภายใต้รูปแบบการพัฒนา 3 รูปแบบหลัก คือ WIN (น้ำงานเข้าประเทศ) PROMOTE (สนับสนุน) และ DEVELOP (การพัฒนา) โดยจัดทำเป็น 6 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ 1. เร่งพัฒนาและขยายตลาด ผ่านเครือข่ายภาครัฐและเอกชน ในการเป็นช่องทางการตลาด ประชาสัมพันธ์ และ ดึงงานเพิ่ม 2. สร้างภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ ส่งเสริมการรับรู้ถึงความสำคัญของ อุตสาหกรรม และบทบาทหน้าที่ของ สสปน. อาทิ กิจกรรมการประกวดผลงาน Thailand Creative Event Awards 3. ส่งเสริมกิจกรรมเพิ่มมูลค่าและยกระดับอุตสาหกรรม โดย ใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยกระดับการจัดงานประชุมและแสดงสินค้าสู่ระดับ นานาชาติ สนับสนุนการจัดงานใหม่ๆ และงานขนาดใหญ่ในประเทศไทย 4. พัฒนาขีด ความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดย ในปีนี้ สสปน. จะผลักดันการใช้มาตรฐาน"กรีน มีตติ้ง" หรือ การจัดการด้านการประชุม ์ แบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำลังไ็ด้รับความสนใจในระดับสากล มาใช้เป็นจุดขาย ของประเทศไทย โดยปัจจุบันมีธุรกิจไมซ์ไทยจำนวนมากที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้น ฐานเพื่อรองรับเทรนด์การประชุมแบบลดโลกร้อน 5. สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้ง ภายใน และระหว่างประเทศ โดยผ่าน Thai Team, Team Thailand 6. การยกระดับ ศักยภาพและบทบาทของ สสปน. ทั้งในส่วนของระบบการบริหารงานและทรัพยากร บคคล เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาของอตสาหกรรม

ี ปีนี้ สสปน.ได้รับการจัดสรรงบประมาณ จ้ำนวน 934 ล้านบาท แบ่งเป็นงบประจำปี 749 ล้านบาท ประกอบด้วย งบโครงการปิดทองหลังพระ 200 ล้านบาท งบกระตุ้น ตลาดในการแข่งขันร่วมกับต่างประเทศ (WIN) 145 ล้านบาท งบการประชาสัมพันธ์ การจัดโรดโชว์ (PROMOTE) 240 ล้านบาท งบการพัฒนาอุตสาหกรรม (DEVELOP) 55 ล้านบาท และ งบการปฏิบัติการ จำนวน 110 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีงบประมาณ ในการนำรายได้เข้าประเทศภายใต้โครงการไทยเข้มแข็ง ผ่านโครงการเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ จำนวนทั้งสิ้น 185 ล้านบาท

สำหรับโครงการไทยเข้มแข็งนั้น สสปน. ได้วางแผนดำเนินการใน 5 โครงการ ได้แก่ โครงการ Better the Best หรือ การสนับสนุนงานแสดงสินค้านานาชาติ ที่มีศักยภาพ ในการเติบโต และมีความพร้อมที่จะเป็นงาน "Champion"ของภูมิภาค อาทิ งานที่ อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมหลักอย่าง อาหาร เครื่องจักรกล ยานยนต์ พลังงาน โดยใช้งบ



ประมาณในโครงการนี้ 50 ล้านบาท โครงการส่งเสริมการจัดประชุม สัมมนา และการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศไทย ใช้งบประมาณ 30 ล้านบาท โครงการไมซ์ ไทยเข้มแข็ง มุ่งเน้นให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทุกภาคส่วนเห็นและเข้าใจ ถึงบทบาทของ สสปน. มุากขึ้น รวมถึงความร่วมมือกับภูมิภาคในการกระจายการ จัดงานไมซ์ไปยังภูมิภาคทั่วประเทศ ผ่านโครงการไมซ์ซิตี้ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ของภูมิภาคได้เป็นอย่างมาก ใช้งบประมาณในการดำเนินการ 50 ล้านบาท โครงการ Thailand The place to meet road show หรือ กิจกรรมโรดโซว์เดินสายสร้างความ เชื่อมั่น ความพร้อมและศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายแห่งไมซ์ ใช้งบ ประมาณ 20 ล้านบาท โดยกิจกรรมแรกที่ สสปน. ทำคือ "TCEB Japan Road show 2010: Thailand's readiness to host MICE events" สานต่อการบุกตลาดไมซ์ญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 30 มกราคม ถึง 3 กุมภาพันธ์ 2553 ส่วนโครงการท้ายสุดได้แก่ โครงการ Better Be in Bangkok เป็นแคมเปญส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ พำนักในประเทศไทยนานขึ้น ด้วยการให้สิทธิพิเศษต่างๆ อาทิ การเพิ่มจำนวนคื่นที่พัก ในประเทศไทย โดยใช้งบประมาณ 35 ล้านบาท

อรรคพล เปิดเผยต่อไปว่า สสปน. กำลังอยู่ระหว่างการผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ เป็นวาระแห่งชาติ โดยขอการสนับสนุนให้รัฐบาลเป็นตัวจักรสำคัญในธุ์รกิจไมซ์ ทั้งการ วางกรอบนโยบายให้หน่วยงานภาครัฐ จัดประชุมสัมมนาภายในประเทศ รวมทั้งการส่ง เสริมให้หน่วยงานที่มีการประชุมสัมม<sup>ี</sup>นาระหว่างประเทศได้เสนอตัวให้ประเทศไทยเป็น เจ้าภาพการประชุม คาดว่าจะสามารถเสนอแผนการดำเนินการให้รัฐบาลพิจารณาได้ ภายในปลายไตรมาสนี้ และหากรัฐบาลเห็นชอบตามข้อเสนอ ก็จะนำไปสู่การจัดทำงบ ประมาณให้สอดคล้องกับ แผนการส่งเสริมการจัดประชุม สัมมนาของแต่ละหน่วยงาน รวมถึง สสปน. ซึ่งจะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนในเรื่องบุคคลากร การจัดทำเอกสารการ ประมูลงาน และการประชาสัมพันธ์ เพราะการไปเสนอตัวแข่งขันเป็นเจ้าภาพจัดงาน นานาชาติจะต้องดำเนินการล่วงหน้า

ในขณะเดียวกัน สสปน. ได้หารือกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อทำงานร่วมกันอย่าง ใกล้ชิดมากขึ้น โดยจะมีการทำโรดโชว์ในตลาดใหม่ๆ รวมถึงการพิจารณาทบทวน บทบาทของตัวแทนในต่างประเทศที่มีอยู่ในปัจจุบัน และพิจารณาแต่งตั้งตัวแทนใน ตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น อย่างูไรก็ตาม แม้ภาวะเศรษฐกิจโลกจะเริ่มฟื้นตัว แต่การแข่งขัน ในอุตสาหกรรมไมซ์ก็สูงขึ้น ฉะนั้น สสปน. จะต้องดำเนินแผนการตลาดเชิงรุก และ สร้างสรรค์มากขึ้น โดยได้ริเริ่มโครงการ Thailand Creative Event Awards ส่งเสริม การสร้างงานไมซ์เชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งแผนการจัดทำไมซ์แคตตาล็อก เพื่อนำเสนอใน กิจกรรมโรดโชว์ในต่างประเทศ และเป็นคู่มือในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า ในประเทศไทย

"การจัดกิจกรรมโรดโซว์ทุกครั้ง นอกจากโปรโมชั่นต่างๆ ภายใต้แคมเปญ Thailand Maximize แล้ว สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การแสดงถึงศักยภาพ และความพร้อมของไทยใน <u>การจัดงานไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้า</u>งพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จัดงาน ์ และความพร้อมของคนไทยในการเป็นเจ้า๊ภาพที่ดีที่พร้อมต้อนรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ จากทั่วทุกมุมโลก" อรรคพล กล่าว<u>สร</u>ุป



TCEB has formulated a strategic plan for 2010-2012 that is in line with various national development plans: the **National Economic and Social** Development Plan, the Strategic Formulation Plan 2008-2011 and the Tourism Recovery and Promotion Strategic Plan 2009-2012.

CEB's strategic plan is aimed at driving Thailand to be a prime destination in Asia for world-class MICE venues, based on culture and potential, through the collaborative network of the Asean Economic Community. The aim is for Thailand to be internationally recognised as a preferred destination for both the Asian and global MICE industries within the next seven years.

Akapol Sorasuchart, President of Thailand Convention and Exhibition Bureau, said that the growth of the MICE industry in 2008-2009 had slowed as a result of both internal and external factors, which includes the

global economic crisis. In 2010, the economic trend is expected to be more positive, which will help to drive the MICE industry to meet a growth projection of 25 per cent. This year, TCEB estimates more than 780,000 MICE visitors coming to Thailand, generating about

TCEB has established the three-year strategic plan under three key concepts: WIN (win more international bids), PROMOTE (promote Thailand as a world-class MICE destination) and DEVELOP (strengthen the Thai Team collaboration and build a stronger MICE industry through Intelligence, Training, Education and Certification). The plan is made up of six major strategies:

- 1. Accelerate and expand the MICE market through public and private sector channels to promote and win more international events.
- 2. Build the MICE industry's image and enhance the perception of the importance of the industry, as well as TCEB's own role and responsibility, with various activities such as the Thailand Creative Event Awards
- 3. Support value-added activities, develop MICE organizing standards, promote new and mega events that are held in Thailand.
- 4. Develop the capability of MICE infrastructure so that it is internationally recognized. In 2010, TCEB will also carry forward the implementation of green meetings - environmental-friendly meetings - as a selling point for Thailand. Green meetings are becoming a concept of international interest and many Thai MICE operators have developed infrastructure to support
- 5. Create local and international networks through both the Thai Team, and Team Thailand
- 6. Boost the potential and role of TCEB's management system and human resources development in correlation with the industry's development.

TCEB received a 2010 budget of Bt934 million, of which Bt749 million is the fiscal budget, broken down as follows: Bt200 million for the 'Pid Thong Lang Pra' project (domestic MICE campaign), Bt145 million for marketing campaigns to win more international bids (WIN), Bt240 million for public relations and roadshows (PROMOTE), Bt55 million for MICE industry development (DEVELOP) and Bt110 million for TCEB's operations.

The remaining Bt185 million is from the Thai Khemkhaeng (Invest for Strength) project budget's Creative Economy scheme, which is aimed at generating revenue for the country.

TCEB plans to implement five projects using the Thai Khemkhaeng budget. Firstly, "Better the Best" will support international exhibitions that have the potential to grow into "Champion" events in the region. including the exhibitions of major industries such as food, machinery, automobiles and energy. The bureau has allocated a budget of Bt50 million for the "Better the Best "project.

Secondly, the "Domestic MICE" project will promote meetings, conventions and incentives in Thailand. This project has a budget of Bt30 million. Thirdly, the "MICE Thai Khemkhaeng" project is aimed at helping all parties to better understand TCEB's role. The project will also increase cooperation with local agencies in order to decentralize MICE through MICE Cities. TCEB will spend Bt50 million on this project, which will substantially stimulate the regional economy.

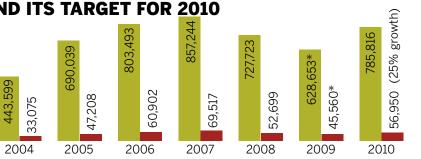
Fourthly, the "Thailand: The place to meet" roadshow will boost international confidence in the readiness and potential of Thailand to be a preferred destination for the MICE industry, with a budget of Bt20 million. The first activity in this campaign was TCEB's "Japan Roadshow 2010: Thailand's readiness to host MICE events", which

was held between January 30 and February 3 to further expand the

Finally, there is the "Better Be in Bangkok" project, which has a budget of Bt35 million. This is a promotional campaign to encourage MICE travelers to stay in Thailand for longer through incentives such as an extra night's stay for free

Akapol said that TCEB is pushing to make the MICE industry an issue on the national agenda. The bureau will urge the government to further drive the MICE business. The proposal will request that the government set a

#### TCEB PERFORMANCE FROM 2004 TO 2009 **AND ITS TARGET FOR 2010**





Number of MICE travelers

to Thailand

policy of asking state agencies to hold meetings in the country, and also support them in bidding to host international meetings.

TCEB expects to submit the plan for the government's consideration at the end of this guarter. If the government endorses the proposal, it will lead to budgets being allocated in line with the MICE promotional plan of each agency as well as TCEB. This would provide support for personnel, as well as bidding documents and promotional campaigns, as bidding to host international events must be conducted well in advance.

Meanwhile, TCEB has discussed the possibility of closer collaboration with the private sector in organizing roadshows in new markets. The bureau will also revise its existing overseas representations, as well as consider appointing representations in new markets.

Although the global economy is now recovering, competition in the MICE industry is intensifying. TCEB has therefore adopted a more aggressive and creative marketing plan by initiating the Thailand Creative Event Awards, which will promote creative events, as well as result in the publication of a MICE catalog for use in overseas roadshows. The catalog will be a guidebook for MICE organizers when choosing venues for meetings. incentives, conventions and exhibitions in Thailand.

"In every roadshow, and not just promotions under the Thailand Maximize campaign, the most important thing is to present Thailand's potential and readiness to host international events, including the infrastructure, facilities, venues and Thai hospitality," said Akapol.







รรคพล สรสุชาติ ผู้อำนวยการ สสปน. เปิดเผยว่า "สสปน. มีนโยบายกลยุทธ์การทำการตลาดเชิงรุก และการวางแผนระยะ แสดงสินค้าระดับโลกซึ่งเป็นงานสเกลใหญ่ หรือ Mega

Events เข้าสู่ประเทศ โดยเล็งเห็นประโยชน์ของประเทศไทยในการเสนอ แนวทางและความเป็นไปได้ในการจัดงาน World Expo 2020 ซึ่งถือ เป็นงานแสดงสินค้าระดับโลกที่มีความสำคัญ ส่งผลดีให้กับการพัฒนา ประเทศใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจและการลงทุน สังคม การ ศึกษา รวมถึงการตอกย้ำศักยภาพของประเทศในฐานะศูนย์กลางการ จัดประชุม และงานแสดงสินค้าระดับโลก

คณะกรรมการ สสปน. จึงมีมติแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อหาแนวทาง และ การศึกษาความเป็นไปได้ เตรียมข้อมูลในด้านการวางแผน การเตรียมตัว ด้านการจัดการ การเสนอพื้นที่ที่เหมาะสมต่อพื้นที่จัดงานงบประมาณ

ในการจัดงาน ตลอดจนวิเคราะห์ประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของประเทศเป็น เสนอเข้าดำเนินก้ำรภายใต้การกำกับดูแลของ "สำนักงานส่งเสริมการจัดงานเอ็กซ์โปร์ สำคัญ รวมถึงภาพลักษณ์ของประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ความเจริญของ นานาชาติ (The Bureau of International Expositions)" โดยมีระยะเวลาการจัดทำ เมืองในฐานะเมืองเจ้าภาพที่จะได้รับ เพื่อนำเสนอรัฐบาล และผลักดันให้ประเทศไทย แนวทางการศึกษา และเสนอแผนงานภายในปี่ 2011 เป็นเจ้าภาพการจัดงาน World Expo ในปี 2020 ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (Creative Economy) ของรัฐบาลที่เน้นนำจุดเด่นของประเทศไทย เช่น วัฒนธรรมประเพณี พื้นฐานนิสัยใจคอของคนไทยมาเป็นจุดขายให้เหนือคู่แข่งขันใน

กลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกัน

้คณะทำงานโครงการ WORLD Expo 2020 ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐและ ยาว เพื่อมุ่งต่อยอดการนำงานระดับโลกเข้ามาจัดในประเทศไทย เอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง อย่างต่อเนื่องนำไปสู่โอกาสที่ประเทศไทยดึงงานประชุมและงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ 3 สมาคมหลัก คือ สมาคมส่งเสริมการประชุม

นานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และ สมาคมโรงแรมไท่ย โดยมี พรศิริ มโนหาญ ประธานสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก (พาต้า) ในฐานะที่ปรึกษา สสปน. เป็นประธานคณะทำงาน โดย มีเป้าหมายสรุปรายละเอียดของแผนงาน เพื่อนำเสนอรัฐบาลให้พิจารณา ตัดสินใจเข้าร่วมประมูลสิทธิเป็นเจ้าภาพการจัดงาน World Expo 2020 ภายในเดือนมีนาคมนี้ และการเตรียมความพร้อมเข้าไปสู่กระบวนการ Thailand คัดเลือกในอีก 2 ปีข้างหน้า

Pavilion จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ปัจุบันมี 7 ประเทศที่เข้าร่วมในการเสนอ

Pavilion จากการศึกษาเบืองตนพบวา บุจุบนม / บระหาการ เดืองและเลี้ย เดนมาร์ค ประมูลสิทธิ์งาน World Expo 2020 ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลี้ย เดนมาร์ค สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บราซิล แคนาดา และอเมริกา ซึ่งทุกประเทศจะต้อง

อรรคพล กล่าวต่อไปว่า จากประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และรายได้จากการ จัดงาน World EXPO 2005 ณ เมืองไอจิ ประเทศญี้ปุ่นที่ผ่านมา มีจำนวนผู้เข้าร่วม งานทั้งสิ้นประมาณ 22 ล้านคน ใช้พื้นที่การจัดงานประมาณ 1,156 ไร่ ด้วยมูลค่าการ

# TCEB READY TO SUPPORT THE GOVERNMENT IN PAVING THE WAY FOR HOSTING "WORLD EXPO 2020" BUREAU CONFIDENT IN THAILAND AS A PREFERRED DESTINATION FOR GLOBAL EVENTS

TCEB was established as a key organization to support the government in putting Thailand at the forefront of the international meetings and exhibitions industry. The bureau is currently pressing ahead with exploring the possibility of proposing Thailand as the host for "World Expo 2020", a move for which creative ideas, professionalism and the potential to organize global events will be crucial. TCEB is confident Thailand would benefit enormously from holding this event.

an aggressive marketing strategy and a long-term plan aimed at helping Thailand to win more international events. This will lead to more opportunities to attract mega events to the country. TCEB foresees benefits for Thailand in bidding for the World Expo

2020. The World Expo is a crucial global exhibition, and hosting would benefit the country's development in four aspects: the economy and investment, social, education, as well as emphasizing Thailand's potential to be a preferred destination for global meetings and exhibitions

TCEB's Board of Directors has therefore appointed a working group to establish

guidelines and carry out a feasibility study into the possibility of hosting the event. The group will also suggest planning information, organizational preparation, in terms of the economy, the social aspect and the prosperity of the host city. Once this has been carried out, TCEB will submit the proposal to the government and urge Thailand to bid to host World Expo 2020. This is in line with the government's Creative Economy policy, which emphasizes the outstanding features of Thailand, such as its culture, tradition and the Thai character, as strong points that give it an advantage over competitors in Asia.

The working group is made up of representatives from both the public and private





ลงทุนประมาณ 115,500 ล้านบาท ทั้งนี้ หากประเทศไทยได้เข้าร่วมดึงงาน World Expo ในปี 2020 คาดว่าจากการจัด งาน World Expo ระดับโลกจะมีการใช้งบประมาณกว่า 20,000 ล้านบาท จากแนวทางการใช้พื้นที่การจัดงานประมาณ 1,500 ไร่ และคาดการณ์ผู้เข้าร่วมงานจำนวน 30 ล้านคน โดยคาดว่าจะสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจของประเทศ เป็น จำนวน 167,250 ล้านบาท และเป็นผู้เข้าชมงานนานาชาติประมาณ 30 % โดยคิดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ประมาณ 5 % หรือ 300,000 คน ซึ่งจากการคาดการจัดงานครั้งนี้ของผู้เดินทางกลุ่มไมซ์เพียงงานเดียว คิดเป็นจำนวนถึงครึ่งหนึ่ง ของการคาดการจำนวนผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งหมดของประเทศไทยในปี 2553 จำนวนทั้งสิ้น 785,816 คน นอกจากนี้ ประโยชน์ในรายละเอียดที่คาดว่าประเทศไทยจะได้รับ คือ การพัฒนาของเมืองและสถานที่จัดงาน (MICE City) ที่จะ เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก การพัฒนาด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมขนส่ง รวมถึงแหล่งธุรกิจและการค้า การ สร้างงานและกระจายรายได้ รวมถึงการนำความเจริญมาสู่เมืองนั้น ๆ ตลอดจนประเทศไทยที่จะเป็นที่รู้จัก และยอมรับ ในฐานะเป้าหมายการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติระดับโลก

ประเทศไทยมีจุดแข็งหลายด้าน มี ประสบการณ์ในการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก เฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2549 ซึ่งเป็นงาน ระดับ Horticulture ที่รับรองโดย BIE, ไทยเคย เข้าร่วมงาน World Expo มาแล้ว 22 ครั้ง โดย ร่วมงานครั้งแรกในปี 2405 และนับเป็นประเทศ ที่สามในภูมิภาคเอเชีย, มีเอกลักษณ์ ภาพพจน์ และชื่อเสียงในด้านการบริหารจัดการงาน แสดง สินค้า การประชุม การท่องเที่ยว และงานบริการ

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังติดอันดับประเทศที่ น่าท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับ การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งความพร้อมใน ด้านบุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการจัด งานระดับ World Expo ตลอดจนการสนับสนุน จากหน่วยงาน และองค์กรเอกูชน

โดยในวันที่ 22 กุมภาพันธ์นี้ สสปน. พร้อมด้วย พันธมิตรของโครงการจะจัดให้มีงาน Open Day World Expo 2020 ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เป็นการนำเสนอถึงความสำคัญ และศักยภาพ ความเป็นไปได้ของประเทศไทยในการเป็นเจ้า ภาพการจัดงาน World Expo 2020 รวมทั้งการ เปิดเวที่สัมมนา "ความท้าทายไทยเจ้าภาพการ จัดงาน World Expo 2020" ตลอดจนการเปิด เวทีระดมความคิดเห็นแก่ผู้ประกอบการไมซ์ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อนำความ ข้อเสนอแนะดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการ จัดทำแผนเสนอรัฐบาล

และในปี 2553 ประเทศไทยจะได้เข้าร่วมการ จัดงาน EXPO 2010 SHANGHAI CHINA ที่ คาดว่าจะมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานกว่า 70 ล้าน คน จาก 192 ประเทศทั่วโลก ซึ่งการจัดงาน The World Exposition Shanghai China 2010 ณ นครเชี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน จะจัดขึ้น ระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม – 31 ตุลาคม 2553 นั้น มีกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของ มนุษย์ เป็นหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายในการ จัดทำในรูปแบบของอาคารศาลาไทย (Thailand Pavilion) ภายใต้แนวคิด "Thainess: Sustainable Ways of Life: ความเป็นไทย วิถีแห่งความ ยั่งยืนของชีวิต" ว่า งาน World Expo ถือเป็นงาน

ะเทศที่
หลาย
ของรับ
ขอมใน
การจัด
แสนุน
มด้วย
ก Day
ค์เพื่อ
ยภาพ
ในเจ้า
กังการ
พการ
กรเปิด
รไมซ์
ความ
เมการ
กมการ

ระดับโลกที่มีความสำคัญ ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศสู่สายตานานาประเทศ และ เป็นโอกาสในการ แสดงศักยภาพของประเทศไทยให้ชาวโลกได้เห็นซึ่งจะสามารถขยายผลให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศไทยในอนาคต โดย สสปน. ได้เป็นผู้ร่วมสนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ ทั้งในด้านประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยแก่ผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลก โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ใน ประเทศจีน

"สสปน. จะนำเสนอรายงานแก่รัฐบาล เพื่อตัดสินใจเข้าสู่กระบวนการประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพจัดงาน World Expo ในปี 2020 ซึ่งคาดว่าจะสามารถนำเสนอแนวทางและความเป็นไปได้ทั้งหมดแก่รัฐบาลได้ภายในไตรมาสแรกของ ปี 2553 นี้ และหากรัฐบาลตอบรับ สสปน. พร้อมที่จะทำงานทั้งในบทบาทของที่ปรึกษาให้คำแนะนำ แก่คณะทำงานใน การดำเนินงานทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หรือ ในฐานะร่วมเป็นเจ้าภาพ เพื่อเตรียมพร้อมสู่กระบวนการประมูลสิทธิ์ ที่ต้องไปแข่งขันกับประเทศต่างๆ จากทั่วโลกต่อไป" นายอรรคพล กล่าวทิ้งท้าย

หลักเกณฑ์พิจารณาคัดเลือกเมืองที่จะเป็น เจ้าภาพการจัดงาน World Expo โดย "สำนักงานส่งเสริมการจัดงานเอ็กซ์โปร์นานาษาติ (The Bureau of International Expositions หรือ BIE)"

- แนวทางและความเป็นไปได้ของโครงการ
- ความเมร้อมของสังคม และการเมืองที่เอื้อต่อการเป็น เจ้าภาเม
- แนวคิดหลักในการจัดงาน
- เนื้อหาของงาน
- ช่วงเวลาการจัดงาน
- สถานที่จัดงาน
- ้ พื้นที่ที่จะจัดสรรให้แต่ละประเทศ และองค์กรที่เข้าร่วมงาน
- จำนวนผู้เข้าชมงาน
- 🔳 มาตราการสนับสนนความเป็นไปได้ของแผนการเงิน
- ข้อมูลที่จัดเตรียมให้พู้ร่วมงานเพื่อใช่ในการประเมินค่าใช้ จ่ายการเข้าร่วมงาน รวมถึงนโยบายการจัดการวัสดุหลัง จัดงานเพื่อให้มีค่าใช้จ่ายการเข้าร่วมงานน้อยที่สุด
- ทัศนคติของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ผู้เสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดทำแคมเปญ เพื่อให้เป็นที่สนใจ ในระดับนานาชาติ

BIE ทำการโหวตเลือกเมืองที่เหมาะสมที่สุดที่จะเป็นเจ้า ภาพ โดยพิจารณาจาก

- ความเป็นไปได้ที่จะเป็นเจ้าภาพ
- ความเหมาะสมของแนวคิดหลักในการจัดงาน
- ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่เสนอตัวเป็นเจ้าภาพกับ ประเทศที่เป็นคณะกรรมการ BIE (ปัจจุบันมี 156 ประเทศ) ทั้งทางตรงและทางอ้อม

#### ทำไมจึงเป็นประเทศไทย

- มีประสบการณ์ในการจัดงานมหกรรมโลก ระดับ
   Horticulture ที่รับรองโดย "สำนักงานส่งเสริมการ จัดงานเอ็กซ์โปร์นานาชาติ (The Bureau of International Expositions)" มาแล้ว (จากประสบการณ์จัด งาน มหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ ปี 2549)
- ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่เคยเข้าร่วมงานเสนอตัว เป็นเจ้าภาพกับประเทศที่เป็นคณะกรรมการ BIE (ปัจจุบัน มี 156 ประเทศ) ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยจากงาน ระดับ World Expo หรือ Universal Exposition ใน บันทึกของ BIE ในช่วงปี 1851-2005 มีทั้งสิ้น 33 ครั้ง
- ปรากฏในบันทึกของ BIE ว่าประเทศไทยเข้าร่วมงาน
   ระดับ World Expo มาแล้ว 22 ครั้ง
- ตามบันทึกของ BIE ประเทศไทยเข้าร่วมงาน World Expo ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2405 (ค.ศ.1862) ถือเป็น ประเทศที่ 3 ในทวีปเอเชียที่เข้าร่วมงานนี้ โดยเข้าร่วม งานพร้อมกับประเทศจีนและญี่ปุ่น
- มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงในระดับชาติ ด้านการบริหาร
   จัดการงานแสดง งานประชุม งานด้านการท่องเที่ยว และ งานบริการ
- ติดอันดับประเทศที่น่าท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่
   หลากหลาย และมีโครงสร้างพื้นฐานส่วนสนับสนุนการ
   บริการต่อเนื่องด้านการท่องเที่ยวอย่างยาวนาน
- เป็นประเทศที่เปิดรับการท่องเที่ยว จากผู้คนต่างเชื้อ
   ชาติ ต่างศาสนา ต่างประเพณี และวัฒนธรรม โดยไม่มี
   ข้อจำกัด
- มีบุคลากรในประเทศที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และ ความสามารถในการจัดงานระคับ World Expo
- มีหน่วยงานรัฐ และองค์กรเอกชน ที่เมร้อมจะให้ความ ร่วมมือและการสนับสนน

sectors, including representatives from the Ministry of Commerce, Ministry of Foreign Affairs, Ministry of Finance, the Tourism Authority of Thailand and three major associations: the Thailand Incentive and Convention Association, the Thai Exhibition Association and the Thai Hotels Association. It is chaired by Phornsiri Manoharn, chairman of the Pacific Asia Travel Association, on behalf of TCEB's advisers.

The working group is scheduled to complete its proposal for the Cabinet's consideration by the end of March. Thailand has to begin to prepare to enter the selection process over the next two years.

A preliminary study found that there are currently seven countries intending to submit bids: the Philippines (Manila), the United Arab Emirates (Dubai), Australia (Brisbane), Denmark (Copenhagen), the United States (Houston and San Francisco), Canada (Montreal), and Brazil (Rio de Janeiro and Sao Paolo). All candidates have to submit their proposals to the Bureau of International Expositions (BIE) by the end of 2011.

Akapol said that the World Expo 2005, held in Japan's Aichi Prefecture, attracted 22 million visitors. It had a total event space of about 1,156 rai and an investment cost of Bt115.5 billion.

If Thailand hosts the World Expo 2020, the investment cost is estimated at over Bt20 billion with about 1,500 rai of land required for the event. TCEB expects 30 million visitors to attend, which would generate Bt167.25 billion in revenue for the country. About 30 per cent of the visitors would be from overseas, with MICE travelers accounting for 5 percent of them. Significantly, the estimate of MICE visitors to the World Expo is about a half of the 785,816 MICE visitors forecast for Thailand this year.

Moreover, additional benefits to Thailand from hosting the mega event would include the development of the host city and event venues, as well as that of infrastructure and the transportation system. It would also be a source of business and trade, result in job creation and income distribution, increase the prosperity of the host city, and boost the international recognition of the country as a preferred destination for global MICE.

Thailand has many strong points. The Kingdom organized Royal Flora Ratchaphruek 2006, a major horticultural event certified by the BIE, and has participated in 22 World Expos, the first of which was in 1862 when Thailand became the third country in Asia to do so. Moreover, Thailand has an identity, image and reputation in business event management, tourism and services.

Thailand is ranked as a preferred tourist destination with a diversity of attractions and continued development of infrastructure to serve the tourism sector. As well as having great support from the public and private sectors, the country is also ready, with capable personnel to organize mega events such a World Expo.

TCEB has teamed up with its partners to hold the "Open Day World Expo 2020" on February 22, with the aim of presenting the importance, potential and possibility of Thailand hosting the World Expo 2020. The bureau will also organize a seminar on "The Challenge for Thailand to Host World Expo 2020", allowing the public and private sectors, as well as MICE operators, to discuss the issue and exchange ideas. TCEB will then gather together participants' suggestions and revise the proposal before submitting it to the government.

This year, Thailand will participate in the World Expo 2010 Shanghai, China, which is expected to attract more than 70 million visitors from 192 countries. The event takes place between May 1 and October 31. The Ministry of Social Development and Human Security is the state agency responsible for creating the Thailand Pavilion under the concept "Thailand: Sustainable Ways of Life". The World Expo is a truly global event, which is important for promoting the image of Thailand among international visitors. In addition, it will be a great opportunity to present Thailand's potential to the world, which will further benefit the Kingdom in years to come.

TCEB is one of the pavilion's major official sponsors, promoting Thailand's MICE industry by targeting Chinese MICE travelers.

"TCEB will submit the proposal to the government for a decision on whether to bid for the World Expo 2020. It is expected that the bureau will be able to propose the guidelines and feasibility to the government within the first quarter of this year. If the government agrees with the proposal, TCEB is ready to work as an adviser to the working group of public and private sectors, or as a co-host in preparing a bid, which will then compete with other countries worldwide," said Akapol.



INFORMATION REQUIRED BY
BUREAU OF INTERNATIONAL
EXPOSITIONS (BIE) IN
SUBMITTING A BID

- Guidelines and project feasibility
- Social readiness and political conditions for being the host
- Key concept for organizing the event
- Details of the event
- Duration of the event
- Event venues
- Space allocation plan for each participating country and organization
- Estimated number of visitors
- Measures to support a feasible financial plan
- Information provided for exhibitors to evaluate participating costs, and a policy to procure materials after the event is over, thus lowering the cost
- Evidence of support from organizations concerned
- Proposed agency for creating campaigns to attract international attention

BIE VOTES FOR THE MOST SUITABLE CITY USING THE FOLLOWING CRITERIA:

- Its potential to be the host
- Appropriateness of its key organizing concept
- International relations between the candidates and the country members of the BIE (currently 156 countries)

#### WHY THAILAND?

- Thailand has had experience in organizing Royal Flora Ratchaphruek 2006, a major horticultural event certified by the BIE.
- Thailand is used to bidding for international events with the country members of the BIE, both directly and indirectly.
- According to BIE records, World Expos or Universal Expositions have been held 33 times from 1851 to 2005.
   Thailand has participated in 22 of these events, the first time being in 1862 when it became the third country in Asia to do so, after China and Japan.
- Thailand has an international image and reputation in MICE business management, tourism and services.
- Thailand is ranked as a preferred tourist destination with a diversity of attractions and continued development of infrastructure to facilitate the tourism sector.
- Thailand welcomes all visitors without restriction on grounds of nationality, religion, tradition or culture.
- Thai personnel have the knowledge, skills and capability to organize mega events such as a World Expo.





# สสปน. รวมพลังไทยทีมและ ไมซ์ซิตี้จัดโรดโชว์ที่ญี่ป่น

# นำเสนอศักยภาพและความพร้อมเต็มรูปแบบเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์

สสปน. พนึกกำลังความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ เอกษน และผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้กลยุทธ์ ไทยทีม และไมซ์ซิตี้ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และพัทยา จัดกิจกรรมโรดโชว์ "ความพร้อมของประเทศไทยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศญี่ปุ่นในปี 2553" หรือ TCEB Japan Road show 2010: Thailand's readiness to host MICE events" ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 31 มกราคม ถึง 2 กุมภาพันธ์ 2553 เพื่อตอกย้ำศักยภาพและความ พร้อมของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ระดับโลก

รรคพูล สรสุขาติ ผู้อำนวยการ สสปน. เปิดเผยว่า การเดินทางมาเยือนญี่ปุ่น ในครั้งนี้ เป็นการสานต่อการมาเยือนของคณะรัฐบาลไทย และ สสปน. เมื่อ เดือนเมษายนของปีที่ผ่านมา เพื่อสร้างความเชื้อมั่นด้านอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ประกอบธุรกิจไมซ์ชาวญี่ปุ่น และนับเป็นการผนึกกำลังกันเป็นครั้งแรกของหน่วย งานภาครัฐ และภาคเอกชนของประเทศไทย ในการแสดงถึงศักยภาพและความพร้อม ของประเท็ศไทยในการรองรับภาคธุรกิจการประชุม สัมมนา และแสดงสินค้า หรือ

ประเทศไทยมีทิศทางที่เน้นการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ เพื่อขยายโอกาส ในการพัฒนาอตสาหกรรม โดยเน้นการทำการตลาดกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านในแถบ เอเซีย ด้วยเหต<sup>ู้</sup>นี้ ญี่ปนจึงเป็นประเทศเป้าหมายหลักที่รัฐบาลให้ความสำคัญ และถือ เป็นประเทศอันดับที่ 3 ในกลุ่มเอเซีย ที่เดินทางมาในประเทศไทยเพื่อดำเนินรู้รกิจไมซ์ โดยในปี พ.ศ. 2551 มีผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากญี่ปุ่นมาไทยประมาณ 38,000 คน สร้าง รายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่า 3.35 พันล้านบาท (ข้อมูลจาก Information provider consultant หรือ IP&C)

ุในปีนี้ สสปน. คาดว่า จะมีผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากญี่ปุ่นมาไทยประมาณ 57,000 คน เพิ่มขึ้นร้อนละ 5 โดยจะสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยราว 5 พันล้านบาท

สสปน.ได้เตรียมพร้อมกับการนำเสนอถึงความพร้อมเต็มรูปแบบของประเทศไทยที่ รองรับตลาดไมซ์ญี่ปุ่น ประการแรก นโยบายรัฐบาลไทยในการสนับสนุนธุรกิจไมซ์อย่าง เต็มกำลัง ประการที่สอง ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐของไทย หรื่อ ที่เรียกว่า "ไทย ทีม" ด้วยการผนึกกำลังความร่วมมือ เสนอถึงบริการต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกอย่าง สูงสุดแก่ผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ชาวญี่ปุ่น อาทิ การจัดกิจกรรมสัมมนา ไมซ์ คลินิก ฟอรั่ม ให้ข้อมูลด้ำนงานต้อนรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ โดยหน่วย งานสำคัญของไทย อาทิ การท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานตรวจคน เข้าเมือง และกรมศุลกากร ประการที่สามคือ การที่เมืองสำคัญต่างๆ ได้เตรียมพร้อม กับการเป็นเมืองแห่งการประชุม สัมมนา และแสดงสินค้า หรือ ไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) รองรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์ชาวญี่ปุ่น

นอกจากนี้ประเทศไทยยังเตรี่ยมความพร้อมในด้านการตลาดและการส่งเสริม การขาย สำหรับตลาดญี่ปุ่น ด้วยการพัฒนาแคมเปญ "ไทยแลนด์ แมกซิไมซ์ 2010" (Thailand Maximize 2010) นำเสนอจุดเด่นประเทศไทยที่มีความพร้อมของศูนย์ ประชุม และงานแสดงสินค้า การคมนาคมขนส่ง และระบบบริหารจัดการแบบมือ คาชีพ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของการจัดงานไมซ์ รวมถึงการนำเสนอความเป็นไทย ด้วย ประทับใจแก่ผ้มาเยื่อน

ภายใต้แคมเปญ "ไทยแลนด์ แมกซิไมซ์ 2010" สสปน. ได้นำเสนอโปรโมชั่นให้แก่ ทุกกลุ่มธุรกิจ โดย กลุ่มการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้เตรียมแพ็คเกจ ้ แม็กซ์ วาลู (MAX VALUE) เน้นความคุ้มค่าด้วยแพ็คเกจอินเซนที่ฟต่างๆ ทั้ง กอล์ฟ 3rd Congress of the Asia Pacific Initiative on Reproduction 2010)



สปา กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ และกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ด้านกลุ่มประชุมนานาชาติ ได้เตรียม แพ็คเกจ แม็กซ์ รีวอร์ด (MAX REWARD) เน้นการให้การสนับสนุนด้าน การตลาดที่มีมูลค่ามากขึ้น สำหรับกลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติ ได้เตรียม แพ็คเกจ แม็กซ์ โบนัส (MAX BONUS) เพิ่มสิทธิ์ประโยชน์ต่างๆ อาทิ การเพิ่มจำนวนคืนห้องพัก การให้เงินสนับสนุน ตลอดจนการจัดกิจกรรมเยี่ยมชมผูนย์แสดงสินค้าในประเทศไทย

นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย ระหว่างตัวแทนด้านการท่องเที่ยว และ สมาคมการท่องเที่ยวต่างๆในญี่ปุ่นให้พบปะเจรจาการค้าเพื่อขยายโอกาสทางการ ตลาดและธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ของไทย

พร้อมกันนี้ ยังได้เพิ่มกิจกรรมสัมมนาพิเศษเพื่อแนะนำประเทศไทยในมุมมองของ กลุ่ม C และ E โดยเฉพาะโดยกลุ่ม C จะเน้นเป้าหมายไปที่สมาคมต่างๆ ส้ำหรับการ โดย จังหวัดกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และ เมืองพัทยา ได้นำเสนอความพร้อมทั้ง มาจัดประชุมนานาชาติในไทย และกลุ่ม E สำหรับผู้ประกอบด้านการจัดแสดงสินค้า ความเป็นเมืองแห่งการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและการเป็นเมืองแห่งไมซ์ ที่พร้อม และแสดงสิ้นค้า สมาคมธุรกิจการค้า หอการค้าองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อเสนอถึง ความพร้อมและความสามารถของประเทศไทยที่รองรับการแข่งขันในเวทีโลก

"ด้วยความพร้อมของประเทศไทย ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทย กับ ญี่ปุ่น จะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ของทั้ง 2 ประเทศมีความเข้มแข็ง และสามารถแข่งขัน กับกลุ่มประเทศอื่นๆทำให้ภูมิภาคเอเซียกลายเป็นจุดหมายปลายทางของธุรกิจการ ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ" อรรคพล กล่าวสรุป

สำหรับในปีนี้ จะมีผู้เดินทางกลุ่มไมซ์จากญี่ปุ่นเข้ามาประเทศไทย เพื่อประชุมและ วัฒนธรรมวิถีชีวิต การบริการ และมิตรไมตรีอย่างไทยที่พร้อมต้อนรับและสร้างความ สัมมนาขนาดใหญ่อีกเป็นจำนวนกว่า 10,000 คน อาทิเช่น กลุ่มบริษัทยูนิซิตี้ กลุ่ม บริษัทไดฮัทสุ การประชุมการประกันภัยในภาคพื้นเอเซีย แปซิฟิค (AISA Pacific Life Insurance Congress 2010) การประชุมการแพทย์ด้านโภชนาการ (The 5th Asian Congress of Dietetics 2010) และ การประชุมการแพทย์ด้านการมีบุตรยาก (The TCEB JOINS WITH THAI TEAM AND MICE CITIES TO ORGANIZE A JAPANESE ROADSHOW, PRESENTING THE POTENTIAL AND READINESS OF THAILAND'S MICE **INDUSTRY** 

In order to organize the "TCEB Japan Roadshow 2010: Thailand's readiness to host MICE events", TCEB facilitated collaboration between Thai MICE operators from both the public and the private sections under the "Thai Team" strategy, as well as with the three MICE cities, Bangkok, Pattaya and Chiang Mai, in Tokyo, Japan, from January 31 to February 2. The event emphasized Thailand's potential and readiness to be a preferred destination for the global MICE business.

kapol Sorasuchart, President of TCEB, said that this visit to Japan was continuing on from an earlier official visit by the government and TCEB in April last year, which aimed to restore the confidence incentives, conventions and exhibitions

Thailand has an obvious direction in terms of emphasizing the collaboration of all parties in order to enlarge opportunities for industry development and enhance both local and regional cooperation. TCEB has focused on the Asian market as Japan is a major target for the government. Japan was ranked as Asia's third largest market for MICE travelers to Thailand in 2008, with 35,000 travelers generating Bt3 billion in revenue, according to Information Provider Consultant statistics. This year, TCEB estimates 38,000 Japanese MICE travelers to Thailand, an increase of 5 per cent from 2009, bringing Bt3.35 billion in revenue to the country.

TCEB has announced the complete readiness of Thailand to serve the Japanese MICE industry in several ways. Firstly, there is the government's policy to fully support the MICE business. Secondly, there is the readiness of the public and readiness and capability to cope with global competition. private sectors – the "Thai Team" – to present superb services and accommodations for Japanese MICE travelers. For example, the Thai Team organized a MICE Clinic Forum to provide service information for MICE travelers at Thailand's international airports, which is facilitated by major state agencies, including Airports of Thailand Public Company Limited, the Immigration Bureau and the Customs Department.

Thirdly, three MICE cities - Bangkok, Chiang Mai and Pattaya - have announced their readiness to be preferred destinations for trade, investment, tourism, and especially MICE events, for Japanese MICE travelers,

Finally, there is Thailand's readiness in terms of marketing strategy for the Japanese 
Japanese MICE visitors to the country.



market with the "Thailand Maximize 2010" campaign. This features the highlighting of the outstanding features of the country, including the readiness of MICE venues, an efficient transportation system and professional management, which is a major factor in organizing MICE events. In addition, the Thai identity, such as culture, the way of life and gracious hospitality with a warm welcome and the provision of satisfaction for visitors, were also emphasized

Through the Thailand Maximize 2010 campaign, TCEB offers promotions for all business segments, with Max Value for meetings and incentives, offering incentive packages such as golf, spas, team building and CSR (corporate social all public and private sector parties had worked together to show the responsibility); Max Rewards for conventions, offering value-added marketing support; and Max Bonus for exhibitions, offering privileges such as a free night's stay, financial support and Familiarization Trips to visit the exhibition venue prior to

> Moreover, TCEB organized a Table Top activity, in which representatives of tourism bodies and associations in Japan met Thai MICE operators to talk about

> Meanwhile, TCEB hosted a special seminar to introduce Thailand's potential for convention and exhibition businesses. With regard to the convention group, the bureau targeted the associations organizing international conventions in Thailand, while for exhibitions the targets included exhibition organizers, trade associations, Chambers of Commerce and international organizations such as the Japan International Cooperation Agency and JAX. The seminar underlined Thailand's

> "Thailand's readiness and the good relations between Thailand and Japan will help strengthen the MICE industries of both countries to compete with others. This will, in turn, drive Asia towards being a preferred destination for the global MICE

> This year, many mega events by global companies will be held in Thailand, including the Unicity Global Convention 2010, the Daihatsu Motor annual meeting, the Asia Pacific Asian Life Insurance Congress 2010, and the 3rd Congress of the Asia Pacific Initiative on Reproduction 2010. These events will bring more than 10,000



# ยูนิซิตี้ เลือกจัดประชุมใหญ่ระดับนานาชาติ ปี 2553 ในไทย คาดดึงเม็ดเงินเข้าประเทศกว่าพันล้านบาท

ยักษ์ใหญ่ในวงการขายตรงจากสหรัฐอเมริกา ยูนิซิตี้ อินเตอร์เนมั่นแนล ยังคงเมื่อมั่นในการจัดการ ประมุมระดับโลก "ผูนิซิตี้ โกลบอล คอนเวนรั่น" ในประเทศไทย ซึ่งคาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมประมุมมากกว่า 25.000 คนจาก 28 ประเทศทั่วโลก

นิซิตี้ อินเตอร์เนชั่นแนล ได้เลือกประเทศไทยเป็นสถานที่สำหรับจัดการ ประชุมใหญ่ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 แม้ว่าจะเกิดความไม่แน่นอนของ สถานการณ์้ทางการเมือง โดยได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากสำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดยงานดังกล่าวจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 4 โถึง 6 เดือนกุมภาพันธ์ ศกนี้ ที่ กรุงเทพฯ ซึ่งศูนย์ประชุมแห่งชาติอิมแพค เมืองทองธานี้ เป็นสถานที่หลัก

ยูนิซิตี้ มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) ถือเป็นบริษัทขายตรงแรกในประเทศไทยที่ได้จัด งานประชุมระดับนานาชาติในประเทศ โดยงานดังกล่าวคาดว่าจะสร้างเม็ดเงินให้กับ ประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท

คริสโตเฟอร์ คิม รองประธานุบริหาร บริษัทยูนิซิตี้ มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) ได้กล่าว ว่างานประชุมนานาชาติ ยูนิซิตี้ โกลบอล คอนเวนชั่น นี้ได้จัดขึ้นทุกๆ 2 ปี โดยผู้ร่วม งานจาก 28 ประเทศทั่วโลกจะมีโอกาสในการได้อัพเด็ทข้อมูลความรู้ใหม่ๆ ไม่ว่าจะ เป็นการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การฝึกอบรม และเรื่องราวความสำเร็จจากพนักงานขาย ในระดับบริหาร ซึ่งพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จเหล่านั้นจะได้รับการยกย่องใน พันคนและยอดขายเพียงหลักหมื่นเหรียญดอลลาร์ในปีแรก

คิมกล่าวว่าในการจัดงานโกลบอล คอนเวนชั่นที่ปูซาน ประเทศเกาหลี เมื่อสองปี ที่แล้ว บริษัทได้ร่วมบริจาคเงินเป็นจำนวนถึง 100.000 เหรียญสหรัฐให้กับสมาคมที่ ช่วยเหลือเด็กที่เป็นมะเร็ง และในครั้งนี้ บริษัทมีโครงการบริจาคเงินเพื่อสมทบทุนให้ กับโครงการจัดการศึกษาทางไกลโดยสื่ออิเลคโทรนิคของมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่าน คาวเทียม นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ปลูกป่าชายเลนในโครงการ 2008 และ 200 เปอร์เซ็นต์ ในปีที่แล้วโดยปัจจุบันบริษัทมีจำนวนผู้จัดจำหน่ายในระบบ พื้นฟูและอนุรักษ์ป่าชายเลน ณ จังหวัดสมุทรสาครในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553 สำหรับ ขายตรงมากกว่า 300,000 คน

สสปน. ได้สนับสนุนบริษัทยูนิซิตี้ อินเตอร์เนชั่นแนล ตั้งแต่ข้อมูลเอกสาร หนังสือ ประมูล จดหมายรับรองจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และการนำเสนอข้อมุลเกี่ยวกับ ประเทศไทย จนกระทั่งได้รับเลือกในเดือนมกราคม 2552 หลังจากนั้น สสปน. ได้จัด ให้ผู้บริหารสูงสุดของยูนิซิตี้เข้าพบผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และตรวจความพร้อม ของสถานที่จัดการประชุม รวมทั้งจัดทำวิดีทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์งาน สำหรับเผยแพร่ ในเครือข่ายสำนักงานสาขายูนิซิตี้ทั่วโลก

นอกจากนี้ สสปน. ได้สนั้บสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสุ่งเสริมการ ประชุมผ่านทั้งช่องทางสื่อสารต่างๆ และระบบสื่อตรงในตลาดหลักของยูนิซิดี้ เช่น ญี่ปุ่น และเกาหลี ให้คำแนะนำด้านการบริหารการจัดงาน ซับพลายเออร์ที่ชำนาญการ สถาน ที่จัดงานพิเศษ ประสานงานกับภาครัฐและเอกชนเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัด งาน อำนวยความสะดวกสำหรับการผ่านเข้าประเทศของผู้ร่วมประชุม (MICE Lane) ธุรกิจกับเอนุริซ อินเตอร์เนชั่นแนลนั้น บริษัทมีอายุการทำธุรกิจอยู่ที่ประมาณ 11 ปี ตลอดจนสนับสนุนด้านการเงิน เช่น ค่าเช่าสถานที่ พิธีเปิดการประชุม การต้อนรับแขก วีไอพี การจัดนำเที่ยวหลังการประชุม และของที่ระลึก

ยูนิซิตี้ อินเตอร์เนชั่นแนลได้จัดจำหน่ายสินค้าในระบบขายตรงประมาณ 300 ชนิด รวมถึง อาหารเสริมภายใต้ยี้ห้อไบโอส์ไลฟ์ และเครื่องดื่มคลอโรฟิลล์ ภายใต้ยี้ห้อ ซเปอร์ คลอโรฟิลล์ และเครื่องดื่มชาชงสำเร็จ เนเซอร์ ที่ โดยในประเทศไทย บริษัทได้ท้ำการ ออกสินค้าประมาณ 50 และ 60 ชนิด ไม่ว่าจะเป็นอาหารเสริมสุขฺภาพ สินค้าบำรุงผิว เวเนซูเอล่า โคลัมเบี่ย เยอรมันนี สวีเดน สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน ฮ่องกง เครื่องกรองอากาศและนำ

ิ คิมได้กล่าวว่า บริษัท ยูนิซิตี้ มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) ได้เริ่มทำธุรกิจขายตรงใน 🏻 ออสเตรีย สวีเดน และบรูไน ี ประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002 โดยมีจำนวนผู้จัดจำหน่ายในระบบขายตรงเพียงไม่กี่



"ธุรกิจของเราค่อนข้างจะประสบความยากลำบากในช่วงแรก เนื่องจากอยู่ในช่วง เวลาที่เราต้องสร้างรากฐานทางธุรกิจให้กับบริษัทไม่ว่าจะเป็นระบบในการนำเข้าสินค้า หรือระบบการฝึกอบรม ้อย่างไรก็ตาม ธุรกิจของเราได้เริ่มมีการเจริญเติบโตด้านยอด ขายอย่างก้าวกระโดดเริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 เป็นต้นมา"

คิมยังได้กล่าวเสริมว่า บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายได้ถึง 300 เปอร์เซ็นต์ในปี ค.ศ.

"เราได้รับการจัดอันดับอยู่ประมาณที่ 7 หรือ 8 ในอุดสาหกรรมขายตรงใน ประเทศไทยเมื่อปี ค.ศ. 2007 โดยดูจากยอดขาย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ เราอยู่ใน อันดับที่ 5 ของอุตสาหกรรม และถ้าเปรียบเทียบกับบริษัทอเมริกันด้วยกันแล้ว เราอยู่ ที่อันดับ 2 รองจากแอมเวย์" คิมกล่าว

ยูนิซิตี้ อินเตอร์เนชั่นแนลก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2001 โดยการควบรวมบริษัท ระหว่าง 2 บริษัทยักษ์ใหญ่ทางด้านการตลาดแบบเครือข่ายบริษัทเรซาล โชว์เคส อินเตอร์ เนชั่นแนล และบริษัท เอนริช อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งทั้งสองบริษัทมีความเชี่ยวชาญทาง ด้านสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวตามลำดับ

เรซาล ดรั๊ก คอมปานี เริ่มธุรกิจร้านยาในรูปแบบของแฟรนชายส์และเป็น ตราสินค้าที่รู้จักกันดีในสหรัฐอเมริกามาเป็นเวลามากกว่า 100 ปีแล้ว เรซาลโชว์เคส อินเตอร์เนชั่นแนล ถือเป็นแผ็นกุการตลาดในระบบเครือของเรซาล ซึ่งในขณะที่ถูกรวม

ในขณะที่รวมธุรกิจกันนั้น เอนริช อินเตอร์เนชั่นแนลมีอายุธุรกิจอยู่ที่ 18 ปี โดยทั้ง สองบริษัทนั้นถือเป็นผู้นำในธุรกิจประเภทป้องกันสุขภาพ ชะลอความแก่ และตลาด ส่งเสริมสุขภาพที่ดีและแข็งแรง

ยูนิซิตี่ อินเตอร์เนชันแนลมีสำนักงานใหญ่ในรัฐยูท่าหุ์ ประเทศสหรัฐอเมริกา และ มีสำนักงานสาขากระจายไปในแคนาดาและประเทศอื่นๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศ ฟิลิปปินส์ ประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เม็กซิโก เนเธอร์แลนด์ ตุรกี สวิสเซอร์แลนด์



# UNICITY SELECTS THAILAND TO **HOST 2010 GLOBAL CONVENTION** ESTIMATED REVENUE OF MORE THAN BT1 BILLION FOR THE COUNTRY

## US-based direct-selling giant Unicity International has just hosted the Unicity Global Convention 2010 in Thailand, which welcomed more than 25,000 delegates from 28 countries around the world.

e company selected Thailand as the venue for the convention in January last year, despite the political uncertainty in the country, thanks to great support from Thailand Convention and Exhibition Bureau. The event was held in Bangkok from February 4-6, with the main venue the Impact Convention Center, Muang Thong Thani.

Unicity Marketing (Thailand) is the first direct-selling company to host such a global untrition and skincare products, plus air and water filters. event in the Kingdom. The convention was expected to generate revenue of over Bt1 billion for the country.

Christopher Kim, executive vice president of Unicity Marketing (Thailand), said the Unicity International Global Convention is held every two years, with delegates from 28 countries. Participants got updated information on new product launches. and training programs, while the success stories of sales executives were praised

Kim said that during the global convention held in the South Korean city of Busan two years ago, the company jointly contributed as much as US\$100,000 to the Children's Cancer Association. This year, the company joined with delegates to raise funds for the Distance Learning Foundation to support satellite distance learning. Moreover, the company led delegates in planting mangrove saplings under the "Your mangrove forest restoration and conservation" project in Samut Sakhon province on February 3.

TCEB provided full support for Unicity International ahead of its winning the bid in January last year, including information, documentation, bid book, endorsement letters from related parties, and country presentation.

Later, TCEB arranged a site inspection for Unicity International's top management to meet with the Bangkok governor and to inspect the readiness of venues. In addition, the bureau produced VDO for the company to promote the event through its offices worldwide. Other support was in the form of public relations and promotional activities through the media and direct promotion in Unicity's key markets in Asia, including Japan and South Korea.

For such events, TCEB provides advice on event management, professional suppliers and special venues, and coordinates with the government and private sectors to facilitate the transit of delegates through the MICE Lane at Suvarnabhumi

Airport. Moreover, the bureau offers financial support for such matters as venue rent, opening ceremony, VIP reception, pre-tour for VIPs, and souvenirs.

Unicity International has about 300 products in its portfolio, including Bios Life nutrition items, Super Chlorophyll Powder water-soluble chlorophyll concentrate, and Nature Tea. In Thailand, the company carries up to 60 products, including

Kim said Unicity Marketing (Thailand) started its direct-selling business in 2002 with only a few thousand distributors and sales in just the tens of thousands of dollars

"Our business was quite tough in the primary stage, as we needed to set up fundamentals such as product imports and a training system. Our business however started to grow dramatically in 2005," he said, adding that the company was able to grow its sales by 300 per cent in 2008 and by 200 per cent last year.

Kim said the company now has more than 300,000 distributors in the country.

"We were ranked seventh or eighth in the local direct-selling industry in terms of sales in 2007. We're now No 5 in the industry. Anyway, for American companies, we're No 2 after Amway [in Thailand]," he said.

Unicity International was formed in 2001 by the merger of two network marketing companies, Rexall Showcase International and Enrich International, which had strong expertise in nutrition and skincare products respectively.

The Rexall Drug Company started the first US chain of franchise drug stores and has been a recognized brand in the US for more than 100 years. Rexall Showcase International, the network marketing division of Rexall, was an 11-year-old company at the time it merged with Enrich International. At the time of the merger, Enrich International was an 18-year-old company. Both were recognized as leaders in the preventive healthcare, anti-ageing and wellness markets.

Unicity International maintains its headquarters in the US state of Utah, with operations in Canada and countries such as Venezuela, Colombia, Germany, Sweden, the United Kingdom, Japan, South Korea, Taiwan, Hong Kong, the Philippines. Thailand, Malaysia, Singapore, Mexico, the Netherlands, Turkey, Germany, Switzerland, Austria, Sweden and Brunei.

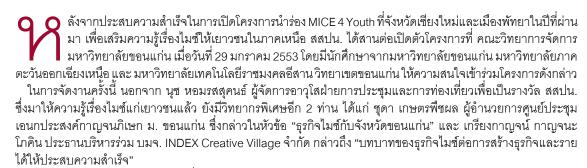


# สสปน. จัดโครงการ "MICE 4 Youth" ที่ขอนแก่น ต่อยอดเสริม

# ความรู้ใมซ์ให้ เยาวชนภาคอีสาน

สสปน. เปิดโครงการ MICE 4 Youth ที่มหาวิทยาลัย ขอนแก่น เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจ ไมซ์ ให้แก่เยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมี นักศึกษากว่า 300 คนจาก 3 มหาวิทยาลัยรั้นนำใน ภูมิภาคเข้าร่วมงานอย่างคึกคัก





โครงการ MICE 4 Youth ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักภายใต้แคมเปญ "Thailand MICE Education – พัฒนาการศึกษา ไมซ์ทั่วไทย" ซึ่ง สสปน. ได้จับมือกับพันธมิตรหลั่กในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ TICA และ สมาคมการแสดงสินค้าไทย หรือ TEA รวมทั้ง มหาวิทยาลัยทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ริเริ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา โดยจุด ประสงค์ของโครงการเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมและพัฒนาบุคลากรที่จ<sup>®</sup>ะก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป อันเป็นส่วน สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไมซ์ใทย

ในการดำเนินโครงการดังกล่าว ประกอบไปด้วยการจัดโรดโชว์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและให้ความรู้ความเข้าใจพื้นฐาน แก่นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่างๆ ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรเร่งรัด รวมถึงการจัดกิจกรรมพานักศึกษาไปเยี่ยมชม และสัมผัสประสบการณ์จริงของส<sup>ื</sup>ถานที่จัดงา<sup>่</sup>นไมซ์ที่โดดเด่นภายในจั้งหวัด ตลอดจนการจัดกิจกรรมให้นักศึกษา มีส่วนร่วม ในการแข่งขัน เพื่อพัฒนา "จุดหมายในการจัดงานไมซ์เชิงสร้างสรรค์" โดยนักศึกษาจะได้รับการฝึกอบรม และ ถ่ายทอดองค์ ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์โดยผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยที่มีประสบการณ์ทั้งระดับประเทศและระดับโลก

สสปน. ได้กำหนดการเดินสายจัดกิจกรรม MICE 4 YOUTH ใน 5 เมืองหลัก ได้แก่ เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต ขอนแก่น และ กรงเทพมหานคร ซึ่งครอบคลม 5 ภมิภาคทั่วประเทศ (ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาค ใต้) โดยเมื่อปีที่ผ่านมาได้จัดโรดโช<sup>ิ</sup>ว์ไปแล้วที่ เชียงใหม่ และ พัทยา ซึ่งได้รับผลตอบรับเป็นอย่างคียิ่งจากสถาบันการศึกษา นักศึกษา และผู้เข้าร่วมงาน



# TCEB DEBUTS MICE 4 YOUTH IN KHON KAEN ENHANCING MICE KNOWLEDGE FOR STUDENTS IN THE NORTHEAST

TCEB has launched the MICE 4 Youth campaign at Khon Kaen University to enhance knowledge and foster understanding about MICE business for young people in the Northeast, with more than 300 students from three leading universities actively participating in the event.

ampaigns in Chiang Mai to impart MICE knowledge for students in the and in Pattava for students in the East.

TCEB organized MICE 4 Youth at Khon Kaen University's Faculty of Management Science on January 29, welcoming students from Khon sity. Northeastern University and Rajamangala University of Technology

etings & incentives, who contributed MICE knowledge for students, other on Khon Kaen province", and Chuda Kasetpheutphon, director of Golden Jubilee for success in creating business and revenue"

MICE 4 Youth is one of the strategies under the Thailand MICE Education scheme

ously, TCEB had great success last year in launching MICE 4 Youth which TCEB formed in collaboration with major strategic partners – the Thailand Incentive and Convention Association and the Thai Exhibition Association, as well as the leading universities in all regions – last year with a view to developing personnel for the MICE industry. The goal is to make it an integral part of the strengthening of

> offering general knowledge on the MICE industry for students nationwide with venues in the provinces, and a contest on creative MICE. Students will get training

Mai, Pattaya, Phuket, Khon Kaen and Bangkok, covering the five regions (North East, South, Northeast and Central). It received a good response from educational institutions, students and participants from the previous roadshows held in Chiang





# สสปน. จับมือรัฐและเอกชน เตรียมความพร๊อมรับ ประชาคมอาเซียน

สสปิน. ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทั้ง สมาคมการจัดแสดงสินค้าไทย (TEA) สมาคมส่งเสริมการ ประชุมนานาชาติไทย (TICA) สมาคมโรงแรมไทย (THA) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงเมณิชย์ จัด ทำโครงการ "เตรียมความเมร้อมทั้งรุกและรับตามกรอบ ความร่วมมือเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economy Community (AEC)

ามที่กลุ่มประเทศอาเซียนจะมีการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนในปี 2558 (ASEAN Economy Community: AEC) เพื่อ ประโยชน์ทางการค้าด้านต่างๆ โดยมีเป้าประสงค์ที่จะทำให้เกิดตลาดที่ มีฐานการผลิตร่วมกัน (Single market and single production base) ซึ่งจะส่งผลให้มีการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีทางด้านสินค้า (Goods) บริการ (Services) การลงทุน (Investment) เงินทุน (Capital) แรงงานฝีมือ (Skilled labors) และ

อุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และ การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรือ ธุรกิจไมซ์ ก็เป็นกลุ่มธุรกิจ ที่ได้รับผลกระทบจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจดังกล่าว ด้วยเหตุ นี้ สสปน. จึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาและ เตรียมความพร้อมกับการแข่งขันเสรี โดยให้ อุตสาหกรรมไมซ์ เข้าใจและตระหนักถึงผลกระทบและโอกาสทางธุรกิจ ตามกรอบ ความร่วมมือของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ขณะเดียวกัน ก็ สนับสนุนให้เกิดการดำเนินการเป็นองค์กรต้นแบบในอุตสาหกร รมไมซ์ทั้งการรุกและรับ สำหรับ AEC อย่างมีประสิทธิภาพ โดย ขยายผลจากองค์กรต้นแบบไปสู่องค์กรอื่นๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ และอุตสาหกรรมอื่นๆ ของไทย เพื่อความเข้มแข็งของประเทศ

สสปน. ได้ตั้งคณะทำงานดำเนินโครงการ ซึ่งประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยคณะ ทำงานดังกล่าวมีจะบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดความ

ร่วมมือ ระหว่าง สสปน. ผู้ประกอบการไมซ์ และกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในเรื่องการเตรียมพร้อมทั้งรุก และรับตามกรอบความร่วมมือ เศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นรูปธรรม โดย TEA TICA และ THA จะให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ต่อกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ ในการเจรจา ในขณะเดียวกัน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จะให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ต่อสมาคม เพื่อจะได้เตรียมความพร้อมของบุคลากร และองค์กรเมื่อมีการ ร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับแผนงานการค้ำเนินงานนั้น สสปน. จะจัดให้มีกิจกรรมสัมมนาเพื่อให้ ความรู้ในเรื่องการร่วมกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการไมซ์ รับฟังข้อเสนอ แนะ และนำข้อเสนอที่ได้จากผู้ประกอบการไมซ์เสนอต่อกรม เจรจาการค้าระหว่าง ประเทศเพื่อพิจารณาใช้ในการเจรจาต่อไป ตลอดจนการลงนามร่วมในหนังสือ บันทึกความเข้าใจ (MoU) ระหว่างสสปน.และกระทรวงพาณิชย์ เพื่อประสานงานใน ประเด็นความร่วมมือด้านต่างๆ รวมถึงการผลักดันให้ผู้ประกอบการไมซ์มีบทบาท ในเวทีการเจรจาอาเซียน และที่สำคัญอีกประการคือการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้าง ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการไมซ์ในวงกว้าง เพื่อสร้างให้เป็นอุตสาหกรรมต้นแบบ แก่อุตสาหกรรมอื่นๆ โดยเป้าหมายในอนาคตของโครงการคือการขยายผลไปสู่ ประเทศอื่นๆ ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในรูปแบบการถ่ายทอดประสบการณ์ และองค์ความรู้ เพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศในอนาคต ทั้งนี้เพื่อเป็นการเน้นย้ำ ว่าประเทศไทยเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมไมซ์ในกลุ่มประเทศอาเซียน



## TCEB TEAMS UP WITH PUBLIC AND PRIVATE SECTORS TO PREPARE FOR AEC

TCEB has formed a collaboration with the Thai Exhibition Association (TEA), the Thailand Incentive and Convention Association (TICA), the Thai Hotels Association (THA) and the Trade Negotiations Department under the Commerce Ministry to carry out the "Preparing to penetrate the market and fight the competition following the framework of the Asean Economic Community" project.



his relates to the accord to commence the Asean Economic Community (AEC) in 2015, which will boost trade with the objective of creating a single market and single production base. Consequently, it will lead to the free relocation of goods, services, investment, capital and skilled labor. The meetings, incentives, conventions and exhibitions (MICE) industry will also be affected by the establishment of the AEC.

Therefore, TCEB has joined forces with the organizations concerned to study and prepare for the single free market and increased competition. The move will encourage MICE operators to better understand and realize the impact and business opportunities presented by the AEC framework. Meanwhile, TCEB will support the creation of a model for the MICE industry in terms of both penetrating and battling the

competition in the AEC environment. Further, the model will be applied to other industries in order to strengthen the country's economy.

TCEB has established a working group, which comprises representatives from the agencies related to the MICE industry. The group has a crucial role to play in driving the collaboration between TCEB, MICE operators and the Trade Negotiations Department on the substantial preparation needed to penetrate the market and tackle increased competition under the AEC. The TEA, TICA and THA will provide useful information to the Trade Negotiations Department with regard to trade talks, while also supporting the associations with regard to the preparation of personnel and organisation to cope with the implementation of the AEC.

According to the action plan, TCEB will organize a seminar on the AEC to educate MICE operators and propose that they send their comments to the Trade Negotiations Department for further consideration. In addition, the bureau plans to sign a memorandum of understanding with the Commerce Ministry for collaboration in various areas and enhancing the ability of MICE operators to play a greater role in Asean trade negotiations.

The most important factor is that TCEB will foster understanding about the AEC across the broad MICE industry by way of initiating a model for other industries. Finally, TCEB has a future goal of enlarging the practice to other Asean members in terms of the transfer of knowledge and experience for bilateral cooperation. This will be a means of underlining that Thailand is the leader of Asean's MICE industry.

